



经济学是一门使人生幸福的艺术

经济学贯穿男人的一生，了解更多关于经济学方面的知识，
会让你在以后的人生道路上走得更加顺畅和自信。

王牧 编著

懂经济学的 男人更成功



DONG JINGJI XUE DE **NANREN** GENG CHENGONG

哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE





王牧 ◎编著

图书在版编目（CIP）数据

懂经济学的男人更成功 / 王牧编著. —哈尔滨：
哈尔滨出版社，2013.7
ISBN 978-7-5484-1225-0

I. ①懂… II. ①王… III. ①经济学—通俗读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第120959号

书 名：懂经济学的男人更成功

作 者：王 牧 编著
特约编辑：李异鸣 郭海东
责任编辑：张 杰 任 环
封面设计：上善书装

出版发行：哈尔滨出版社（Harbin Publishing House）
社 址：哈尔滨市松北区科技一街349号3号楼 邮编：150028
经 销：全国新华书店
印 刷：北京中振源印务有限公司
网 址：www.hrbchs.com www.mifengniao.com
E-mail：hrbchs@yeah.net
编辑版权热线：（0451）87900272 87900273
邮购热线：4006900345 （0451）87900345 87900299 或登录蜜蜂鸟网站购买
销售热线：（0451）87900201 87900202 87900203

开 本：787mm×1092mm 1/16 印张：18.5 字数：180千字
版 次：2013年7月第1版
印 次：2013年7月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5484-1225-0
定 价：29.80元

凡购本社图书发现印装错误，请与本社印制部联系调换。 服务热线：（0451）87900278
本社法律顾问：黑龙江佳鹏律师事务所

前言

“房价能下跌多少？油价会不会继续上涨？人民币升值对我们有多大的影响……”在经济社会背景下，“经济”已经成为了每个人共同的话题。特别是在市场经济日益成熟的今天，面对越来越复杂的内外部经济环境，必须懂经济学已经成为社会对男人的要求之一。

那么，20岁以后的男人为什么要懂经济学呢？

英国文豪萧伯纳说过一句经典的话：“经济学是一门使人生幸福的艺术。”

英国经济学家琼·罗宾逊曾讲过：“我学习经济学是为了不受经济学家们的骗。”

经济学研究的起点是人的本性，它研究的对象是人的行为和社会活动。作为一个男人，懂得经济学，你就能把形形色色的人间万象看得一清二楚，你会对纷纷扰扰的生活保持从容和冷静。这样，或许在你失败的时候，你不会那么痛苦；在你升职的时候，你不会那么意外；在你帮助别人时候，你不会苛求回报；你不会相信天上掉馅饼的故事，也不会怀疑积极者的真诚……

的确，经济学不能保证你富有，但它能让你在通往成功的路上更加智慧。当有一天你带着经济学的头脑思考问题的时候，你会发现，自己可以把问题看得这样清楚。

经济学贯穿男人的一生，可以这么说，经济学在男人的生活中无处不在。

在生活中，处处可见经济学的影子。商场为什么总是运用各种促销手段不惜降价销售产品？为什么现在二手市场如此流行？都说“天下没有免费的午餐”，但是为什么很多商家却要提供各种各样的免费服务和产品呢？

在职场上，如果你是一名公司职员，那么你一定不会对如何得到一个“金饭碗”感兴趣。身在职场的人都会对“物竞天择，适者生存”深有体会，但是你知道其中隐藏着什么样的经济学概念吗？现代社会，面对巨大的生存压力，自主创业的人越

来越多，可是为什么有的人成功了，而有的人却失败了？

在人际交往中。你会发现你的人际也是一种资源，社交圈犹如一个经济圈。各种各样的经济现象也遍布于我们的社交生活：每次社交后，你都会递给人一张名片，这就是经济学上的自我推销；在社交中你会根据不同的朋友进行不同形式的交往，这就是经济学上的“互补效应”；在择友上你也会进行理智的选择，这就是经济学上的“选择”……

面对着日新月异的社会经济的变化，对于男人来说，经济学已经是一门必修课。在这个压力与竞争空前巨大、失业率剧增、经济波动频繁的社会中，对于男人来说，似乎没有那么多的机遇去选择，有很多人在萧条的经济形势下迷失自我。但如果你了解更多经济学知识的话，你会以全新的视角来理解这个社会，你会像经济学家一样思考，也会让你在以后的人生道路上走得更加自信。

在很多人的印象中，经济学就是一门充满复杂数学公式的学科，他们觉得经济学中布满了常人怎么也琢磨不懂的经济理论。为了让读者能够更好地了解经济学，本书以故事加原理的形式，对我们身边的经济学现象进行解说和阐述，完全剔除经济学中枯燥的数学和函数，通过有趣易懂的故事和现象来讲述其中的经济学原理，以浅显易懂的语言进行讲述，使读者在轻松愉快的阅读中掌握经济学常识。

C 目 录 Contents

第一章 让男人遇见经济学家——揭开经济学的面纱

经济学与生活息息相关——经济学是什么？	2
男人必读的经济学起源书——《国富论》	5
像经济学家一样思考——男人的经济思维	8
学习经济学的基础——理性人假设	11
我们购买的究竟是什么——使用价值	15
货币的中转站——银行	18
你用什么东西跟人交易——货币	21

第二章 做个经济适用男——男人不可不知的经济学原理

隐藏在时间背后的价值——时间成本	26
让你的选择“利益最大化”——机会成本	29
让你做一个不说谎的男人——克拉克机制	32
消费PK节俭——节俭悖论	35
理性看待身边的一切——边际效用	38
别忽视了经济背后的那只手——政府干预	41
市场有一种无形的力量——看不见的手	44
是谁偷了你口袋里的钱——通货膨胀	47
为什么会爆发经济危机——经济周期理论	51
荒年减税，藏富于民——拉弗曲线	54

目 录 Contents

第三章 会工作的男人有“钱”途——职场中的经济学

金钱与注意力一起流动——注意力经济	58
忠诚比能力更加重要——非稀缺经济	61
没有卑微的工作，只有卑微的心态——充分就业	64
你为什么总是原地踏步——内卷化效用	67
用最简便的方式解决问题——奥卡姆剃刀	70
让自己的价值不可代替——稀缺价值	72
职场新人怎样度过适应期——蘑菇定律	75
你对自己的工作感到满意吗——路径依赖	79
杜绝做职场中的自私男——华盛顿合作定律	83
不做公司里最短的那块板——木桶理论	86
收入越高薪水涨得越快——马太效应	89
让工作效率最大化——时间管理	92

第四章 创业成功的经济铁律——男人创业必知经济学

给别人打工不如给自己打工——创业	96
让资金为你插上创业的翅膀——天使基金	100
其实你可以缴更少的税——合理避税	103
男人创业要懂得借力——奥格尔维法则	106
创业就是不走寻常路——产品差异化	109
沟通不畅就是与金钱过不去——沟通成本	112

C 目 录 Contents

省下的部分就是利润——成本最小化	114
年轻的你，拿什么赚取第一桶金——原始积累	118
创业并不是投入越多越好——规模报酬	121
用创新开辟新的市场——蓝海战略	124

第五章 把雪球滚大的智慧——投资理财要懂经济学

今天的投入是为了明天的收获——投资	128
在机会与风险中“淘金”——股票	131
给未来系好安全带——保险	134
男人最迅速的财富增值工具——复利	139
懒人专业的理财顾问——基金	143
男人资产保值增值的宝贝——购置黄金	147
近期作远期的交易——期货	151
最安全的投资——购买国债	154
蕴藏在时间背后的投资——收藏品投资	158
低风险高收益的投资——购买房产	162

第六章 塑造男人的领袖性格——企业管理要懂经济学

别让老鼠赶走黄牛——格雷欣法则	166
有距离才有安全感——刺猬理论	169
企业也需要瘦身——苛希纳定律	172

C 目 录 Contents

管理就是防患于未然——避雷针效应·····	175
制度一定要严格遵守——破窗效应·····	178
永远不要逃避问题——鸵鸟心态·····	181
学会激发员工的积极性——激励效应·····	185
给员工主人的身份——参与定律·····	188
学会合理地分配工作——分工策略·····	191

第七章 聚拢男人的人脉基金——社交中的经济学

提高交际圈含金量——利润最大化·····	196
共赢关系最持久——互补效应·····	199
尽量满足对方的需要——弗里德曼定律·····	202
AA制中的学问——产权明晰·····	206
巧用名人效应——品牌策略·····	209
人际里莫做好斗的鸡——斗鸡博弈·····	212
低成本高收益投资——人脉资源投资·····	215
聪明的男人置身事外——枪手博弈·····	219
男人要适当地抬高自己——吉芬现象·····	222

第八章 男人要看透商家的鬼把戏——消费要懂经济学

商场惯用的价格障眼法——打折·····	226
勿做一个为面子埋单的傻男人——奢侈品消费·····	229

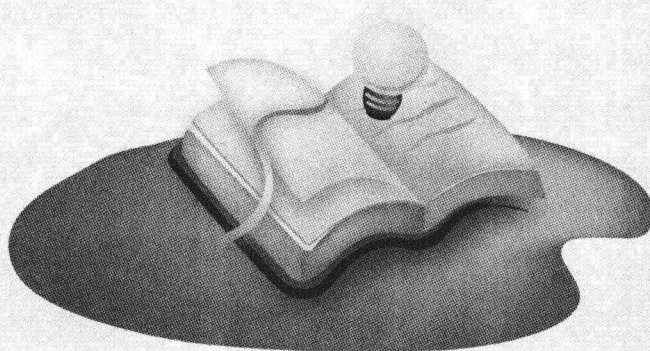
C 目录 Contents

没用的一分钱我也不买——做个理智的消费者·····	232
商家“买一送二”戏法——捆绑销售·····	235
看透商家免费续杯的诡计——消费心理·····	239
可怕的“跟着感觉走”——冲动型消费·····	242
人多的地方未必有好东西——羊群效应·····	245
为什么人们买涨不买跌——消费的逐利心理·····	249
你知道商品的出厂价是多少吗——信息不对称·····	252
做一个聪明的消费者——性价比·····	255

第九章 男人应关注的经济热点——我们都生活在经济世界里

到底是好事还是坏事——人民币升值·····	260
国家财富用什么样的尺子来衡量——GDP·····	264
中国经济的走向——外汇储备·····	267
真正属于自己的价值——GNP·····	271
物价是涨了还是跌了——物价水平·····	274
人民币也要走出国门——人民币国际化·····	277
世界加工厂的转型——中国制造·····	281
世界经济的新思路——低碳经济·····	284

第 1 章 让男人遇见经济学家——揭开经济学的面纱





经济学与生活息息相关——经济学是什么？

说起经济学，可能很多人会问：什么是经济学？经济是理财吗？经济学一直被称为“社会科学之皇后”。它是研究人类个体及其社会在自己发展的各个阶段上的各种需求和满足需求的活动及其规律的学科。

生活到处都可以看到经济学原理的影子。例如，商场运用各种促销手段不断降价销售产品；我们面临的通货膨胀；我们每月都要缴个人所得税等等。

经济学是一门研究如何将有限资源进行合理配置的社会科学。研究人类社会在各个发展阶段上的各种经济活动和各种相应的经济关系，及其运行、发展的规律的科学。

经济活动是人们在一定的经济关系的前提下，进行生产、交换、分配、消费以及与之有密切关联的活动。在经济活动中，存在以较少耗费取得较大效益的问题。经济关系是人们在经济活动中结成的相互关系，在各种经济关系中，占主导地位的是生产关系。经济一词，在西方源于希腊文，原意是家庭管理。古希腊哲学家色诺芬的著作《经济论》中论述了以家庭为单位的奴隶制经济的管理。

而在中国古汉语中，“经济”一词是“济民”和“经邦”、“经国”和“济世”，以及“经世济民”等词的简化与综合，含有“治国平天下”的意思。其内容不仅包括国家如何理财、如何管理其他各种经济活动，而且包括国家如何处理法律、政治、军事等各个方面的问题。

现代经济学在研究方法上大量运用现代数学方法和现代计算机技术，进行经济数量关系的分析，这是由于现代经济发展日益错综复杂，在此过程中出现的新问题

以及新情况需要运用这些新的方法进行精确的描述和解释。

虽然作为一门真正的现代科学，但是真正了解经济学并能为己所用者，却为数不多。自从1776年，亚当·斯密发表《国富论》以来，经济学经历了漫长发展，时至今日已博大精深。这就像当初只有几株幼苗的原野，发展成为今天的大森林。今天经济学已渗透于人类社会的各个领域。如果罗列这门科学的分支，其数量当以百计，以至于诺贝尔经济学奖获得者加里·贝克尔声称，经济学几乎可以分析人类社会20%的行为。

经济学作为一门独立的科学，是在资本主义产生和发展的过程中形成的。在资本主义社会出现以前，对当时的一些经济现象和经济问题形成了某种经济思想，但是并没有形成系统。

随着商品经济的发展和社会分工的深化，人类经济活动的内容愈来愈复杂、丰富，专业化程度愈来愈高，经济学的研究也越来越深化，对分析的精确性的要求愈来愈高，出现了研究经济数量的分析和计量方法的学科；为了总结历史经验，为理论研究和政策制定提供系统的历史依据，出现了各种经济史的学科。这样，就在社会科学中逐步形成了一个门类分支繁多的经济学课题。理论经济学通常称为一般经济理论，它分为宏观经济学与微观经济学两个分支。

宏观经济学，它以整个国民经济为视野，以经济活动总过程为对象，考查国民收入、物价水平等总量的波动。其中经济增长理论和经济波动即经济周期理论又是宏观经济学的两个独立分支。

微观经济学，它主要研究市场经济中单个经济单位即生产者（厂商）、消费者（居民）的经济行为，包括供求价格平衡理论、消费者行为理论，在不同市场类型下厂商成本分析与产量、价格决定理论、生产要素收入决定即分配理论等。

总之，经济学两个流派研究的经济现象都与我们现实的经济生活息息相关，也因此，作为男人，了解经济学的两个不同的研究学派，是系统而又科学地了解经济的基础和前提。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

经济学是一门启发人心智的学科，它涉及人们经济生活中的各个方面，它提供的不仅是一种理论，而是一种新的思维，这种思维往往具有理性的特性，这也是它的价值所在。



男人必读的经济学起源书——《国富论》

身为新时代的男人，在现实的经济社会中，如果你不懂得经济，或许很多人会说你落伍，但如果你不知道《国富论》这本书，相信很多人会说你无知。《国富论》作为经济学的起源的读物，其技巧高超，拥有广泛的读者。特别是在西方国家，它更是成为了人们生活中必读的书籍。

《国富论》是英国经济学家、哲学家亚当·斯密的一本经济学专著，它的全名为《国民财富的性质和原因的研究》。该书的首次出版标志着经济学作为一门独立学科的诞生，在资本主义社会的发展方面，起了重大的促进作用。

《国富论》的中心思想是看起来似乎杂乱无章的自由市场实际上却是个自行调整机制，它自动倾向于生产社会最迫切需要的货品种类的数量。比如，如果某种需要的产品供应短缺，那么，这种产品的价格就自然上升，价格上升会使生产商获得较高的利润，由于利润高，其他生产商也想要生产这种产品。而生产增加的结果会缓和原来的供应短缺，同时随着各个生产商之间的竞争，供应增长会使商品的价格降到“自然价格”即其生产成本。谁都不是有目的地通过消除短缺来帮助社会，但是问题却得到了相应的解决。这用亚当·斯密的话来说，就是每个人“只想得到自己的利益”但是又好像“被一只无形的手牵着去实现一种他们根本无意要实现的目的，他们促进社会的利益，其效果往往比他们真正想要实现的还要好”。

亚当·斯密在《国富论》中要回答的最后问题是：感情与“公平的旁观者”之间的内在斗争，在社会的长期演进中究竟是怎样在历史本身的大舞台上发生作用的。亚当·斯密列举了社会发展的四个主要组织阶段，除非由战争、资源的匮乏或政府的坏政策予以阻止，否则这些阶段是会连续进行的。这四个阶段也就是：猎人



的最初“野蛮”阶段，原始农业的第二阶段，封建或庄园“耕作”的第三阶段，商业上相互依存的第四阶段。而每一阶段都伴有与其相适应的制度。比如，在猎人阶段中“没有任何财产……因此，也就没有任何确立的行政长官或正规的司法行政”。随着牛羊群的出现，产生了比较复杂的社会组织形式，不仅包括“可怕的”军队，而且有不可缺少的法律和秩序堡垒。而亚当·斯密思想的核心是：这种制度是保护特权的工具，不能用自然法为之辩护。亚当·斯密说：“文官政府是为了财产的安全而设立的，实际上是为保护富人反对穷人而设立的，即为了保护有些财产的人反对根本没有财产的人而设立的。”

最后，亚当·斯密将演进描述为从封建主义走向一个需要有新制度的社会阶段，这种新制度是由市场决定的，是自由的而不是受政府限制的。这在后来称为放任自由的资本主义，亚当·斯密称之为完全自由的制度。这种物质生产基础的连续改变，将带来上层建筑的必然改变，这和马克思主义的历史观有明显的相似之处。可是也有一个重大的差别：马克思主义体系中的最后动力是阶级斗争，而在斯密的哲学史中，主要的推动机制是“人性”，由自我改善的欲望所驱使，由理智所指导。

《国富论》的伟大成就之一是摒弃了许多过去的错误概念。亚当·斯密驳斥了旧的重商学说。这种学说片面强调国家贮备大量金币的重要性。他否决了重农主义者的土地是价值的主要来源的观点，提出了劳动的基本重要性。亚当·斯密重点强调劳动分工会引起生产的大量增长，抨击了阻碍工业发展的一整套腐朽的、武断的政治限制。

《国富论》远远不是一部通常所认为的学术论文，虽然斯密也说放任自由，但他的论证却是反对政府干预和反对垄断；虽然他赞扬贪欲的结果，却又几乎总是鄙视商人的行为和策略。他也不认为商业制度本身是完全值得赞美的。亚当·斯密第一次对政治经济学的基本问题作出了系统的研究，创立了一个完整的理论体系，把英国资产阶级古典政治经济学提高到一个新的水平。

身为经济时代的男人，如果你想要了解经济学真实的内涵，彻底地解读经济



学与自己现实生活中的具体联系，那么你就应该从经济学的根源开始了解。而亚当·斯密的《国富论》将是你通往经济学殿堂必然的选择。

经济学指导你的生活：

《国富论》的伟大之处在于它总结了近代初期各国资本主义发展的经验，批判吸收了当时的重要经济理论，对整个国民经济的运行过程作了系统的描述。这同时也创立了一个完整的理论体系，把英国资产阶级古典政治经济学提高到一个新的水平，不愧为“第一部系统的伟大的经济学著作”。



像经济学家一样思考——男人的经济思维

经济发展到今天，不管你是否意识到，现代社会关系的每一个点都已经融入经济领域中了。在现实的生活中，我们学习经济学，不仅仅是要掌握这门学科中的某些理论，更重要的是要学会用经济学的眼光看问题，像经济学家一样思考问题。现实中如果你能够从这一新的角度重新审视我们的现代生活，就会对人生、个人自由以及快乐的追求作出更明智的选择。

经济学是一门社会科学，研究对象是人类社会，是人的行为，不过值得一提的是，经济学常常借鉴自然科学的方法。这使得经济学对世界的解释更精确，对于指导人类实践也更有效。

美国著名的经济学大师弗里德曼曾经说过这样的话：“天下没有免费的午餐。”在现实的生活中，很多人对这样的一句话，有各种各样的解释。不过，这位经济学家所要表达的是，人家花钱请你吃饭，你没有买单，可是你同样是要付出代价的。因为你吃这顿饭的时间，可以用于做其他事情，这些事情，对你是有意义、有价值的。你把时间用于白吃这顿饭，就失去了这些本来能有的价值。可见，用经济学的思维去看待我们身边的每一件事情是非常有意义的，它能给你带来独特的生活视角和经济感官。像经济学家那样思考，是现实生活中每一个理性男人所要具备的。

在看待生活中的种种现象的时候，经济学家的想法往往跟常人不同，但更加系统和全面，也因此常常让人茅塞顿开。也许没有什么能比解疑释惑后的那种愉悦感更让人舒畅的了。现实中，我们每天都需要面对各种各样的选择，需要作出大大小小的决策。经济学可以帮助我们作出更好的个人决策。例如边际效用理论能帮你分析出该读几年的书；比较优势理论则能帮你决定读什么专业并如何找到自己最适合

的工作；对于准备上学的学生，利用机会成本你会知道高中毕业后应该选择读本科还是读大专；成本收益分析会告诉你该出国还是在国内读大学等等。

生活中的最直观的也是最密切的莫过于与钱有关的各种经济决策。其实，只要你像经济学家一样思考，你就会发现你的生活充满着乐趣和理性。经济学能帮助你成为一个最好的消费者，可以让你在商场、超市中清醒地根据自己的意愿消费；宏观经济和金融学知识则能帮助你在股票、基金投资中提高获胜的概率。

即便是平常的生活中，经济学家的特殊思维方式，也有助于矫正甚至可以颠覆你长久以来的思维定式。比如，边际考虑。在经济学上，边际的意思是最后的，或者新增加的。边际考虑就是只考虑最后的一个或者新增加的一个所引起的变化，从而判断事情的整体本质。例如今天晚上要举行足球比赛，可是临近比赛的当口儿，突然下起了瓢泼大雨。有两种情况：一种情况是，你已经买了票，票价还不便宜，500块钱一张，是你近半个月的工资，而且不能退票；另一种情况是，别人送了你一张票，可是票不能转手，也不能退。在这两种情况下，你去还是不去看比赛，有没有什么不同呢？有人说自己买了票去看的可能性比别人送票的更大些。或许你真的这样想，不过值得一提的是，你这样做是不理性的。其实，这两种情况，对你今晚是否去看比赛的决策的影响是一样的，没有差别。也就是在这两种情况下，你看比赛的可能性是一样大的。

因为票不能退，买票的钱拿不回来了，在经济学上这被称为“沉没成本”，也就是一旦支出就无法收回的成本。你晚上是不是去看比赛，仅仅取决于从现在开始将要发生的情况，所以，必须进行边际考虑，看新增加的成本和增加的收益的比较，然后作出合理的决断。

现实生活中，常见的经济学的第二个独特思维方式是机会成本考虑。一般人头脑里的成本概念是会计成本，也就是做账用的。会计成本有几个特点：首先，会计成本是直接的成本，即实际发生的成本，跟生产和消费直接相关；其次，会计成本是已经发生的成本。不过，经济学家说的成本却很不一样。经济学意义上的成本只有一个，那就是“机会成本”，在所有经济学的书里，成本的概念一律是指机会成



本。

比如说：一笔1 000万的资金，它可以投到五个项目上去。如果我们把它投到了第一个项目上，那么我们做这个项目的成本是多少呢？1 000万？那是会计成本，而真正的成本是放弃的另外四个项目中，价值最大的那一个项目的价值。比如，第五个项目的价值最大，是5 000万，那第一个项目的成本就是5 000万。也就是说，一件事情的机会成本，是放弃的最大的价值。

另外，经济学的利润跟会计利润也有很大区别。会计利润是全部收入减去会计成本；经济利润是全部收入减去经济成本，也就是减去机会成本。假如你原来在一个公司上班，每年有10万收入。现在，你决定自己经营一家餐馆，每年的全部收入是11万，会计成本是10万，包括买菜、员工工资、税收和各种其他费用。所以你的会计利润也就是：11万 - 10万 = 1万。不过有趣的是，经济学家认为你没有赚钱，反而赔了钱，至少赔了9万。在经济学家们的思维看来，如果你的时间不是用于开餐馆，而是继续在政府部门上班，你就会有10万的会计利润，而现在你只有1万，从这个角度上来讲，你至少赔了9万的会计利润。

经济学之所以成为一门独立的学科，并且在相当大的程度上改变了世界的面貌，正是因为经济学家看世界的方式及观点与常人不同。与其他社会科学，比如社会学和政治学、法学不同，经济学家有一套自己的看问题、看世界的方法。也因此，在现实的生活中，特别是男性更要有着独特的经济思维，要像经济学家一样去思考，这样才能帮助我们更科学地认识自己和外部世界，使我们成为一个理性的“经济人”。



经济学指导你的生活：

当剥去理论的数学外衣之后，人们会发现经济学思维的本质是生活化和浅显的。对于大众而言，经济理论知识本身并不重要，因为它通常给不出现实的结论，重要的是理论知识背后的思维方式，既然我们生活在一个有规律可循的商业社会之中，那么我们就应该尝试用经济学的思维方式去找寻其中的规律。



学习经济学的基础——理性人假设

说到理性，或许很多人会跟理智联系在一起。其实，生活中我们所谈的理性特指在正常思维状态下时，用自信与勇气遇事不慌且能够全面了解和总结事件的起因，通过分析，恰当地使用正确的方案去操作或处理，达到事件所需要的效果。

而现实中，经济学认为所有人都是理性经济人，并不是赞扬利己性，只是承认它是无法更改的人性。承认理性经济人的存在只是对人类趋利本性的一个认识和引导。那么，在经济学上我们又应该怎么去理解这一本性呢？

科学都有自己的假设，在这个假设之下，推演出一系列的结论。经济学是一门科学，所以有自己的假设，经济学的基本假设是人人具有“利己心”，即人们凡事都会从自身利益出发，采取相应的对策，这也就是理性人假设。

在经济学家看来，在现实社会中所有的人，无论君子还是小人，都是追求自己利益最大化的人，也就是说人都是逐利的。即使是义举，其背后的坚实基础也仍然不过是利。基于此，从经济学的角度看，人都是小人，而不是君子。

经济学上，“理性人假设”是指作为经济决策的主体都是充满理智的，既不会感情用事，也不会盲从，而是精于判断和计算，其行为是理性的。在一般的经济活动中，主体所追求的唯一目标是自身经济利益的最优化。例如，生产者追求的是利润最大化，消费者追求的是满足程度的最大化。“理性人假设”实际是对亚当·斯密“经济人”假设的延续。

也因此，从经济学的角度上来讲，千差万别的活生生的人都是理性经济人：不懈地追求满足自身最大利益的理性的人。它包含两层意思：人是自利的，同时人又是理性的。其实这就是意味着，每个人做事情都是为了有利于自己，并且每个人都



知道做什么事情和怎样做事情才能有利于自己。这里的“理性”指的是有限理性。因为人不是全知全能的，人的行为受到各种因素的制约，如占有信息的多少、聪明和理智的程度以及外部条件的复杂多变使人难以驾驭等。

不过，尽管如此，每个人还是会尽力作出最有利于自己的决策。趋利避害既是每个人的本能，也是理性使然。例如，人们都希望买到物美价廉的商品，决不会希望买质次价高的商品，因为在经济活动中人会保持自私和理性。

不管怎么说，理性经济人假设人的思考和行为都是目标理性的，唯一试图获得的经济好处就是物质性补偿的最大化。亚当·斯密在《国富论》中的一段话对理性经济人有较为清晰的阐述：“我们每天所需要的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话；我们不说我们自己需要，而说对他们有好处。”

亚当·斯密的这段论述向我们表明：现实中，人人与人之间是一种交换关系，能获得食物和饮料，是因为每个人都要获得自己最大的利益。

同时，亚当·斯密还说：人只要做“理性经济人”就可以了，“如此一来，他就好像被一只无形之手引领，在不自觉中对社会的改进尽力而为。在一般的情形下，一个人为求私利而无心对社会作出贡献，其对社会的贡献远比有意图作出的大。”

也正如经济学家曼昆所说：“交易可以使每个人的生活状况都变得更好。”因为人的欲望是多种多样、无穷无尽的，经济学家承认欲望是人的本性，每个人都希望尽可能地满足自己的欲望。在满足欲望的过程中，人本身获得不断的提高，社会获得不断的进步。人们希望自己生活在一个没有欲望、没有自私的社会中，似乎这样就能省去很多烦恼，事实上这样的想法是不理性，也是不现实的。

清代小说《镜花缘》一书中，有一个君子国。在君子国里，人人利他而不利己。君子国里也存在交易行为，不过，与正常的市场规律不一样的是，在这里卖家会少要钱，而买家会多付钱。君子国的市场上，两个人正在进行一场交易。买家说：“你的东西这么好，我只给你这么点钱，你还说多，我心里过意不去。”卖家

回答道：“我的货很普通，没有别人家的好，你却给这么多钱，我只能收你付价的一半。即使这样，我觉得自己已经很过分了。”

买家坚持要多付钱，说道：“我能识别好货物，你卖的货非常好。这样的货物只收半价，我占太多便宜了。这样有失公平。”

卖家有些急了，大声说道：“你要真想买，就出半价，这样最公平。如果你要付全价，我是不会卖给你的，你还是去别家买吧。”

双方就这么争执不下，互相谦让，围观的人越来越多。最后，买家付了全价，只拿了一半货物就要离开。卖家坚决不同意，围观的路人也纷纷指责买东西的人。在大家的指责声中，买家十分无奈，只好拿了上等与次等各一半的货物才得以离开。

可见，在君子国中，这种利他的商业行为增加了双方交易的复杂度，不利于双方的交易，反而对市场的形成和社会的发展产生不利的影响。实际上，个体对利益的追求往往能够实现社会利益的最大化。

可能有人会有这样的疑问：如果人人都是理性经济人，都是理性且自利的，社会秩序会不会变得紊乱呢？对此，以亚当·斯密为代表的经济学家给出了回答：

“他追求自己的利益，往往能使他比在真正处于本意的情况下更有效地促进社会的利益。”从社会发展的角度上来讲，人人都是理性经济人，更能在客观上维护社会的秩序。

其实，我们并不是要用经济学家复杂难懂的经济学模型和数据来分析生活中的各种现象，而是借鉴经济学家的智慧来洞悉生活中的诡计。这也正如经济学家凯恩斯说的，经济学理论并未提供一套可用的完整理论，经济学能够给予的是一个全新的思考问题的角度和全新的尝试。用理性人假设的经济思维去看待和认识生活，将使我们更加客观、理性地分析生活中的各种现象。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

经济学正是在理性经济人的假设下，研究资源既定时的利益最大化问题：对个人是收入和效用最大化，对企业是利润最大化和企业资产价值最大化，对国家而言就是GDP和社会福利的最大化等等。经济学认为所有人都是理性经济人，就是一切行为的目标只为了利益最大化。



我们购买的究竟是什么——使用价值

在商品经济社会中，各种事物以千姿百态的使用价值为人们所喜爱。生活中，很多人经常在商场为自己挑选使用性的商品。有的男士常为自己买衣服，而有的则常为自己买把刮胡刀……这些商品构成了人们丰富多彩的物质生活和精神生活内容，而人们的一切活动都离不开这些商品的使用价值。

说到使用价值，或许很多人会单纯地认为，使用价值是物品的用途。其实，最早提出“使用价值”这一概念的是法国的经济学家弗朗斯瓦·魁奈。他在他的《农业国经济统治的一般准备》的一个注释中提出了“使用价值”概念，并强调“必须把有使用价值（value）而没有出卖价值的财物（property），和有使用价值和出卖价值的财富（wealth）加以区别”。

说到商品的使用价值，我们先来看看庄子的《逍遥游》中讲到的“大瓢无用”的故事。

惠施对庄子说：“魏王送给我一粒大葫芦种子，我把它种了下去，没想到培育出来的葫芦太大了，竟然能在里面存放五石粮食。我想用它来存水，可是这皮太脆，没有力量承受；我把它剖开当瓢用，可是它太大，没有水缸能够容纳它。所以我一生气，就把它给砸碎了。”

庄子笑笑说：“依我之见，不是瓢大而无用，而是先生不懂得如何使用。您没有听说过吗，过去宋国有一个人，善于配制治疗皴手的药，正因为有这种技能，所以他家世代代都在从事漂洗纱絮的工作而手不裂。有一位南方的客人听说这件事后想花百万金子买他家的药方，这个家族的人聚在一起商量起来。大家都说：‘我们家世代代从事漂洗纱絮工作，一年下来顶多不过挣几万金子。现



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

在只是出卖治疗皴手的药方就能得到百万金子，这么好的事情哪有不做的道理呢？’于是便把药方卖给了那位客人。那位客人将这个方子献给了吴国的国王。后来，吴国与越国进行水战，用这个方子制药，涂在手上防冻裂，而越国将士却个个皮裂指肿，难以使用兵器，被吴军打得大败而逃，最后只好向吴国献地乞降。同样一种药方，作为一种治疗皴手的技术，并没有发生变化，可是一种人用它漂洗纱絮，而另一种人却能用它扩展疆域。这是在使用方法上的区别呀。现在先生有一个可放五石粮食的葫芦，为什么不把它剖开做成小舟漂浮于江湖之上，却在那里为其没有用处而犯愁呢？”

庄子重点论述了大瓢的使用价值，大瓢不能存放粮食，不能当普通的瓢用，但是仍旧有它的使用价值——可以做成小舟。由此可见，不同的物品具有不一样的使用价值。人们觉得某一种商品没有用，所以才不去购买它，而觉得某种商品有用才去购买它。总的来说，就是商品使用价值决定着商品的具体价值。

从经济学上来讲，使用价值，是指能满足人们某种需要的物品的效用。如粮食能充饥，衣服能御寒。这些都是商品的基本属性之一，是交换价值的物质承担者，形成社会财富的物质内容。空气、草原等自然物，以及不是为了交换的劳动产品，没有价值，但有使用价值。

在日常的生活中，我们每天都会去商场买我们生活中所需要的商品，我们去商场买米买菜是为了解决我们生存的最基本的需要；我们去买娱乐性的物品也就是为了满足自己的精神需要……这也就是说我们每天去商场购买的是我们的使用价值。

商品的使用价值是指能够满足人们某种需要的属性。使用价值是一切商品都具有的共同属性之一。任何物品要想成为商品都必须具有可供人类使用的价值；反之，毫无使用价值的物品是不会成为商品的。一个明显的事实是，物品的使用价值总是相对于人的需要而言的，因而是在人与物之间需要与被需要的关系中产生的，离开了这种关系，物品就无所谓使用价值了。也因此，消费者在购买和消费一种商品时，的确只对该种商品的具体的有用性感兴趣，即看中的只是商品的具体使用



价值。

从经济学的角度上来讲，同一事物蕴涵着多种使用价值；同一事物对于不同使用主体可表现出不同的使用价值；同一使用价值又可由多种事物表现出来；同一事物对于同一使用主体在不同使用时间或在不同的环境条件下又可表现出不同的使用价值。

很多男人给人的印象就是不会购买商品，这一类的男人一般进入商店后，一见到自己喜欢的东西，就随手往购物筐里塞，也不去考虑它们在现实生活中的具体使用价值，而后来发现自己是在浪费金钱。因此，与其说某些男人不会买东西，不如说这一类人不懂得挑选商品的使用价值。

所以，在商品经济高度发展的今天，作为男人应该要充分认识到商品使用价值的具体经济内涵，才能使我们更加理智地选择适合自己所需的商品。

经济学指导你的生活：

使用价值是一切商品都具有的共同属性之一。任何物品要想成为商品都必须具有可供人类使用的价值；相反，毫无使用价值的物品是不会成为商品的。



货币的中转站——银行

一提到银行，相信很多人对此再熟悉不过了。确实，现实生活中银行所扮演的角色越来越重要，它已经成为人们经济生活的一个重要的部分。现实中，我们经常看到，当领到工资的时候人们总是习惯性地把这些钱存在银行里；当没钱的时候，人们也总会想到向银行借钱，解自己经济上的燃眉之急等等。随着经济的发展，金融系统的完善，银行的触角也越来越多地向人们的经济生活延伸。那么，作为男人你对银行又有多少认识呢？

银行一词源于意大利语Banca，意思是板凳，由早期的银行家在市场上进行交易时使用的板凳引申而来的。英语转化为bank，意思为存放钱的柜子，早期的银行家则被称为“坐长板凳的人”。

最早的银行业发源于西欧古代社会的货币兑换业。最初货币兑换商只是为商人兑换货币，后来发展到为商人保管货币，收付现金、办理结算和汇款，但不支付利息，而且收取保管费和手续费。随着工商业的发展，货币兑换商的业务进一步发展，他们手中聚集了大量资金。货币兑换商为了谋取更多的利润，利用手中聚集的货币发放贷款以取得利息时，货币兑换业就发展成为银行了。

公元前2000年的巴比伦寺庙、公元前500年的希腊寺庙，都已经有了经营保管金银、收付利息、发放贷款的机构。近代银行产生于中世纪的意大利，威尼斯特殊的地理位置，使它成为当时的贸易中心。1171年，威尼斯银行成立，这是世界上最早的银行，随后意大利的其他城市以及德国、荷兰的一些城市也先后成立了银行。

当时这些银行主要的放款对象是政府，并带有高利贷性质，因而不能适应资本



主义工商业发展的要求。最早出现的按资本主义原则组织起来的股份银行是1694年成立的英格兰银行。

在我国，明朝中叶就形成了具有银行性质的钱庄，到清代又出现了票号。第一次使用银行名称的国内银行是“中国通商银行”，成立于1897年5月27日，最早的国家银行是1905年创办的“户部银行”，后称“大清银行”，1911年辛亥革命后，大清银行改组为“中国银行”，一直沿用至今。

那么银行在商业活动中，是如何担当起货币流通的中转站的角色呢？假如银行有100元存款，银行借给别人，才有利息，才有钱赚。银行怎么赚钱？通过息差赚钱，比如，银行通过息差赚取2%的利息。银行不能100%放贷。如果老百姓存了100元钱，银行全都放贷了，但是当人来取钱时，银行没钱给人怎么办？

这就会造成金融危机。因此，中央银行要求每一家银行必须要保存一定的存款准备金，这样才能防止出现别人来取钱时，没有钱的状况。中央银行时刻要求保留一定的存款准备金，即银行就会把储户存款的一部分拿来放贷，剩下的不能放。老百姓去提款的时候，银行没钱，那是很麻烦的事情。所以存款准备金如果是20%，那就是20%的存款留在银行，供提款人取现金用。也就是说，如果银行有100元钱的存款，就只能放贷80元。银行就是通过这样不断的吸纳存款，不停的发放贷款来完成货币的流通的，并在货币的流通中赚取利润。

到18世纪末19世纪初，规模巨大的股份银行纷纷建立，成为资本主义银行的主要形式。随着信用经济的进一步发展和国家对社会经济生活干预的不断加强，又产生了建立中央银行的客观要求。1844年改组后的英格兰银行可视为资本主义国家中央银行的鼻祖。

到19世纪后半叶，西方各国都相继设立了中央银行。早期的银行以办理工商企业存款、短期抵押贷款和贴现等为主要业务。现在，西方国家银行的业务已扩展到证券投资、黄金买卖、中长期贷款、租赁、信息服务以及电子计算机服务等各个方面。

随着金融网络化，网络全球化的发展，银行的经营方式也越来越多样化。在互



联网的推动下，网络银行也应运而生。网络银行，又称网上银行或者在线银行，是在世纪之交出现在电子商务领域的最新金融服务方式。它取代传统商业银行利用店堂前台提供金融服务的模式，利用国际互联网，设立面向客户的虚拟银行柜台，为客户提供高效、便捷的服务，其服务范围几乎囊括所有的银行业务，如：转账、查询、外汇交易、咨询、金融分析等。

总之，随着经济的发展，人们与银行的关系也随之变得更加密切。特别是在社会商业生活中起着重要作用的男性，对银行的依赖性更直接。他们需要利用银行进行资金的转账、支付、贷款等等来维持自己商业上的运转。也因此，作为男人对银行的功能和历史要有全面了解，这样才能让银行更好地为自己的经济生活服务。



经济学指导你的生活：

随着经济的发展，银行的外延也越来越广，相对于以前的银行的储蓄业务，现在银行的功能更为强大，业务范围也越来越广，网络银行成为了新时尚。



你用什么东西跟人交易——货币

对于金钱的追求是男人的天性，我们买衣服需要钱，坐车需要钱，接受技能培训需要钱，看电影需要钱……通俗地讲，货币就是我们在日常生活中经常使用的“钱”。货币在人们的日常生活中无处不在，是生活中非常重要的一部分。

或许很多人一提到货币会马上想到人民币、美元、欧元等，但人们常常认识不到货币体制乃至货币政策的细微变动会给社会乃至国家的命运带来影响，其中的原因是，在人们的眼中货币太过神秘。其实货币就是一种信念。

从经济学的角度上来讲，货币不是从来就有的，货币产生于人类为生活而进行物品交换的需要，是作为物品交换的媒介而存在的。人类社会的早期，是没有货币的。当时，人们需要的物品并不多，想要哪样物品，就可以用自己拥有的物品直接去换。假如一个人狩猎时获得了一只鹿，他想要食盐，而另一个人拥有食盐，他想获得食物，于是这两个人直接交换就行了。后来，人们需要的物品越来越多，不得不寻找一种能够为交换双方都接受的物品。这种物品就是最原始的货币。

历史上曾经有过很多物品作为货币使用，如中国人用龟壳、贝壳、布帛、烟草，法国人用兽皮，阿兹特克人用可可豆，印度原始居民用杏仁，危地马拉人用玉米，巴比伦人用大麦，蒙古人用砖茶等。这些物品之所以能被分离出来充当货币使用，是因为随着人们社会分工和交换行为的日渐频繁，易货交换需要一种大家普遍愿意接受的物品作为媒介。

人类对用哪种物品作为货币的挑选也经历了一个漫长的历史时期。后来，人们发现金、银、铜、铁等金属容易建立重量和质量标准，更易保存和携带，而且它们的制造需要人工，无法从自然界大量获取，就用它们来取代早期的货币实物。数量稀



少的金、银和冶炼困难的铜逐渐成为主要的货币金属。

在商品的交易过程中，人们意识到金属铸币的重量和成色并不是十分重要，而重要的是作为一种信用符号存在。人们需要货币并不是需要货币本身，而是需要其在流通过程中的作用，人们并不是为了拥有货币而是为了把货币花出去，实现自己的消费目的。这就为纸币的出现提供了可能。

货币在经济生活中主要具有两大基本功能：交换媒介和贮藏手段。

交换媒介是指在交易过程中购买者付给卖者的东西，比如我们在商店里买一件衣服，我们付给商家货币，而商家给我们衣服，在这个交换过程中货币所承担的角色就是交换媒介。一般来说，货币发挥交换媒介功能主要通过充当交换手段、作为计价单位和充当支付手段等方式来实现。货币的这种功能降低了产品的交换成本、价值衡量和比较成本，使交换效率得到了提高。

贮藏手段是人们可以把现在的购买力转化为将来某一时间购买力的方式，比如我们现在把货币贮藏起来，在五年后需要时才用它购买商品。货币的价值贮藏功能提供了最具流动性的价值贮藏形式，丰富了贮藏手段，当然，在现实中，货币并不是唯一的贮藏手段，人们还有很多其他的形式把现在的购买力转变为将来的购买力。而且，货币的贮藏手段作用要受到社会经济大环境的影响。

货币在经历了漫长的发展过程之后，最终以纸币的形象出现在我们现代生活中。而随着经济的进一步发展，在我们的社会步入信用经济时代后，货币的具体形态已经不再重要，甚至一张卡片或几个数字就能满足交易。这时货币又出现了新的形式，即信用货币，也就是我们常说的信用卡。

一般人手中都有几张不同的信用卡，然而关于信用卡的定义，却并不是所有人都了解的，下面我们就对信用卡的定义和特点作一个简要的介绍。

信用卡的含义有广义和狭义之分。广义上的信用卡指能够为持卡人提供信用证明、持卡人可凭卡购物、消费或享受特定服务的特制卡片。广义上的信用卡包括贷记卡、准贷记卡、借记卡、储蓄卡、提款卡（ATM卡）、支票卡及赊账卡等种类。而在狭义的理解上，在国外主要是指由银行或其他财务机构发行的贷

记卡，也就是不需要预先存款就可以贷款消费的信用卡，属于先消费后还款的类型；在国内，主要是指准贷记卡，这种信用卡需要先存款后消费，在一定的环境中允许小额、善意透支。

我们生活中所说的信用卡一般指广义上的信用卡。作为新出现的消费支付工具，信用卡是目前仅次于现金、最普遍受欢迎的塑料货币。信用卡之所以如此受欢迎，是因为自身的特点为使用者带来了众多好处：不必携带大量现金，避免出门时存在的风险；拥有“先消费、后付款”的好处；有“循环信用”的功能，延后部分款项的支付，有利于弹性理财；肯定个人信用和身份。除此之外，使用信用卡还可以在每月的对账单中得知个人的消费记录，每一笔刷卡消费都有签账单作为对账依据，这样个人的收支就清楚明了，有利于用户理性理财。

到目前，信用卡已经成为全球普遍通行的支付工具，在200个以上的国家或地区有1 300万家以上的特约商店接受信用卡，在全球各地有16万台以上的提款机接受信用卡提领现金。可以说，信用卡在我们的生活中扮演的角色越来越重要。

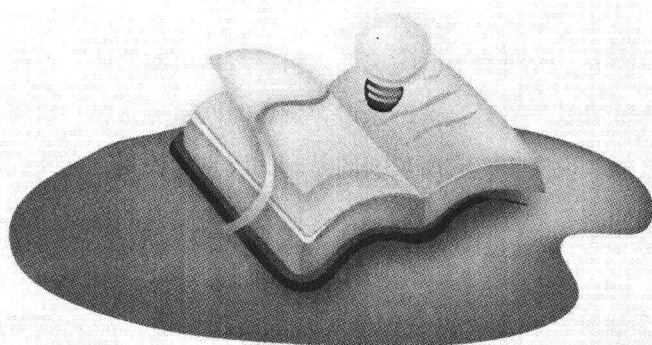
在经济生活中，货币是价值和社会财富的体现，谁占有了货币，就等于占有了价值和财富；谁占有的货币越多，则表明他所拥有的商品越多，这就是“金钱万能”的由来。不过，对于男人来说，君子爱财取之有道。在对货币充分认识的同时，也树立起正确的金钱观。

经济学指导你的生活：

货币是人们在经济生活中交易的纽带，它可以执行交换媒介、价值尺度、延期支付标准和完全流动的财富贮藏手段等功能。它在经济生活中扮演的角色非常重要，然而货币并不是越多越好的，货币的印制要与经济的发展相适应，否则将会引起通货膨胀，使经济瘫痪。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第 2 章 做个经济适用男——男人不可不知的经济学原理





隐藏在时间背后的价值——时间成本

古人云：一寸光阴一寸金，寸金难买寸光阴。在经济社会，也因此有了“时间就是金钱，效率就是生命”的说法。时间是财富的象征，谁掌握了时间，谁就获得经济上的主动权。从经济学的角度上来讲，这里就出现了时间成本。那么，现实中男人又应该怎么来解读经济学的时间成本呢？

在现实的社会经济中，时间成本准确地说，叫“货币时间价值”，是指一定量资金在不同时点上的价值量产差额。通常来讲，货币时间价值是指一定量资金在不同时点上价值量的差额。现实中，它所反映的是时间因素的作用，使现在的一笔资金高于将来某个时期的同等数量的资金的差额，或者资金随时间推延所具有的增值能力。

一般来讲，资金的循环和周转以及因此实现的货币增值，需要或多或少的间，每完成一次循环，货币就增加一定数额，周转的次数越多，增值额也越大。因此，随着时间的延续，货币总量在循环和周转中按几何级数增大，这也使得货币具有时间价值。

由于货币时间价值是客观存在的，因此，在企业的各项经营活动中，就应充分考虑到货币时间价值。一般来讲，货币如果闲置不用是不会产生时间价值的，同样，一个企业在经过一段时间的发展后，肯定会赚得比原始投资额要多的资金，闲置的资金不会增值，而且还可能随着通货膨胀而贬值。也因此，在现实中，不管是个人还是企业必须好好地利用这笔资金，最好的方法就是找一个好的投资项目将资金投入进去，让它进入生产流通活动中，发生增值，否则将在无形中给自己带来时间成本的损失。



企业的投资往往需要占用企业的一部分资金，这部分资金是否应被占用，可以被占用多长时间，均是决策者需要运用科学方法确定的问题。因为，一项投资虽然有利益，但伴随着它的还有风险，如果决策失误，将会给自己带来严重的经济损失。

比如，你计划投资制药厂，面临的问题是，如果现在开发，马上可获利50万元，如果五年后开发，由于药材价格上涨，可获利80万元，此人该选择什么时候投资呢？有人主张在五年后投资，因为80万元明显大于50万，有人主张应将货币时间价值考虑进去，也就是说，如果现在投资获利50万，这50万又可以进行新的投资，当时社会平均获利率是15%，那么五年后50万可变成100万 $[50 \times (1+15\%) \times 1.15 \times 1.15 \times 1.15 \times 1.15 = 100\text{万}]$ ，金额显然大于80万。这样在考虑了货币时间价值后，你赚的钱又多了，如果不考虑，你的制药厂投资虽然不至于失败，但肯定不是最科学的。

也因此，现实中，节约时间，就是节约成本。时间竞争的现实要求考虑时间的经济性。随着时间成为新的竞争重点，这就要求很多企业提高新产品的上市速度和交货速度，加大了对时间的投资。

阿里巴巴总裁马云曾经说过：“时间是企业家最大的敌人！”不过值得一提的是，现实中很多企业老板都没有时间成本的概念，如果你问一个老板，你的时间值不值钱，他一定会给你回答：“很值钱！”不过，当他要花费一点儿小钱作一些决策的时候，他却始终会考虑钱而不是时间。哪怕是只要几百块钱，他都可能花费很长的时间没有真正拥有时间成本的概念。

其实，现实中，出现这样的思想和行为背离的主要原因，在于大多数的人都不知道自己时间到底值多少钱。不同的人是不一样的。对一般的工人来说，时间只值很少的一点儿钱，一天只有五六十元到一两百元不等；对一个普通管理者，一天值两三百到五六百元不等。然而对于一个企业老板，企业越大，他的时间就越值钱。甚至说未来他想做得越大，他的时间成本观念就应该越强。

不过，很多人都被很多琐碎的杂事缠身，没有自由支配的时间，把自己最值钱



的时间花在了最不值钱的小事上面了。结果这些小事浪费了很多人的很大一部分财富，而这些人还茫然不知。现实中，一个企业开一次会议，就要耗费少则几百，多则上万的时间成本，而这些都是看不见的。这也是经济生活中值得我们关注的时间成本的浪费。

我们可以举一个例子，假如某企业一年的利润是1 000万，如果老板把自己的主要精力都花在公司如何发展上，那么这个企业的第二年的利润是2 000万。不过，当他被公司管理的琐碎的杂事羁绊，脱不开身的时候，可能第二年他的利润实际是1 100万，这样，他这一年损失的时间成本就是900万元，平均到每一天大约是25 000元。其实，对于这样的企业来讲，也就意味着老板每天的时间成本都是以万计的。

其实面对这样的情况，你完全可以请一个咨询公司，这样就可以节约企业老板大量的时间成本，同时还可以借助外力，把外来的时间成本变成自己的财富，这些都是大多数老板看不见的。因为外来的咨询公司可以使企业的效益加速翻倍，这种外来的时间成本和企业老板自己的时间成本往往不是简单相加的关系，而是一种乘积关系。

可见，时间成本在经济生活中的确扮演着重要的角色，谁重视时间成本谁就能赢得最后的胜利。在市场经济中，作为一个男人要懂得时间成本的计算和运用，才能更好地为自己创造出更多的经济财富。

经济学指导你的生活：

经济社会，时间就是金钱，不管你是公司的决策者还是公司的经营者，一定要注意时间的价值量，作好时间的科学规划与管理，压低时间成本，为自己创造出更好的经济效益。

让你的选择“利益最大化”——机会成本

阳光明媚的午后，喝杯下午茶休息一下吧，喝咖啡还是喝茶？来点豆沙糕还是巧克力薄饼？类似这种“鱼还是熊掌”的问题，被难倒的人里面，你不是第一个也不是最后一个，这种选择实际上就是一种机会成本的思考。

著名的经济学家萨缪尔森在其《经济学》中，曾用热狗公司的事例来说明机会成本的概念。热狗公司所有者每周投入60小时，但不领取工资。到年末结算时公司获得了22 000美元的可观利润。但是如果这些所有者能够找到另外其他收入更高的工作，使他们所获年收入达45 000美元，那么这些人所从事的热狗工作就会产生一种机会成本，它表明因他们从事了热狗工作而不得不失去的其他获利更大的机会。对于此事，经济学家这样理解：如果用他们的实际赢利22 000美元减去他们失去的45 000美元的机会收益，那他们实际上是亏损的，亏损额是 $45\,000 - 22\,000 = 23\,000$ 美元。虽然实际上他们是赢利了。

在经济学上，机会成本是一种非常特别的既虚又实的成本，它又被称为替代性成本。机会成本主要应用在投资过程中。在投资决策中，放弃次优方案而损失的“潜在利益”，是选取最优方案的机会成本。

我们经常碰到这样的情况，在进行一项投资时不得不放弃另一些投资。而这些投资的最大获利就是该项投资的机会成本。选择投资和放弃投资之间的收益差是可能获取收益的成本。如投资者仅有一份资金，投资股票时必须放弃国债与基金。不管是在我们的学习生活还是职场生活中，机会成本总是伴随着我们生活的每一天。我们每天都在进行选择与放弃。

比如我们有买一套服装的预算，但同时看中了两套各具特色的衣服；我们攒了



一笔钱，准备添置新的家具，是买一套组合柜呢，还是买一台录像机；我们有一笔资金，是投向计算机软件业，还是投向音像出版业等等。这些问题都等着我们去作决策，只不过决策的内容有大有小。

有些机会成本是可以用来进行衡量的。例如，农民在获得更多土地时，如果选择养猪就不能选择养鸡，养猪的机会成本就是放弃养鸡的收益。但有些机会成本往往无法用货币衡量，例如，在图书馆看书学习还是享受电视剧带来的快乐之间进行选择。而机会成本泛指一切在作出选择后其中一个最大的损失，机会成本会随付出的代价改变而作出改变，例如被舍弃掉的选项之喜爱程度或价值作出改变时，而得到的价值是不会令机会成本改变的。

机会成本具有的比较优势。简单地讲，可以理解为把一定资源投入某一用途后所放弃的在其他用途中所能获得的最大利益。例如：你购买一套房屋全部用于居住，则不能再出租获利，也就是居住的同时也失去了用于出租等获利的机会；反过来说，你若出租，你则不能再居住。

但有时两种方案的成本收益完全一样的情况也是常见到的，更多情况下它们优劣相近，难分伯仲。这时我们就要费心权衡。假如在你找工作时甲、乙两公司均愿意每月付给你1 200元的工资，如果你接受了甲公司的工作，从而得到每月1 200元工资的同时，你就会失掉乙公司每月付你1 200元的机会，因此你获得1 200元收益的机会成本也是1 200元。

无论是在工作中还是在生活中，我们不仅要学会选择，要懂得放弃，更善于衡量，比较两者的机会成本，使自己在“鱼和熊掌不可兼得”中找到更加符合自己经济效益的选择。

“机会成本”告诉我们，任何稀缺的资源的使用，不论在实际中是否为之而支付代价，总会形成“机会成本”，即为了这种使用所牺牲掉的其他使用能够带来的益处。因此，这一概念拓宽和深化了对消耗在一定生产活动中的经济资源的成本的理解。对相同的经济资源在不同的生产用途中所得到的不同收入作比较，将使得经济资源从所得收入相对低的生产用途上，转移到所得收入相对高的生产用途上，否

则就是一种浪费。

经济学指导你的生活：

任何稀缺的资源的使用，不论在实际中是否为之而支付代价，总会形成“机会成本”，即得到某种东西而所要放弃另一些东西的最大价值。这也就要求人们进行选择的时候，必须事先考虑存在的机会成本，这样才能保证利益的最大化。



让你做一个不说谎的男人——克拉克机制

西方一个哲人曾经说过：“吹嘘是男人的一种天性。”也因此，看到男人在吹牛的时候，我们常说“吹牛不上税”。不过假设我们要使“吹牛者上税”，那么，用什么办法来确定谁是“吹牛者”或者说谁是撒谎者呢？确实，人天生有说假话的习性，真是没有办法。能不能通过一种机制使人说真话呢？美国经济学家克拉克对此进行了研究，并提出了自己的方案，人们称之为克拉克税或克拉克机制。

克拉克机制的思想是缘于人们一种古老的想法，那就是当一个人的行为对别人造成损害时，就应该给被伤害的人一定的补偿。这种伤害补偿在现实中我们经常见到，而克拉克机制的现实运用也特别广泛。

一个大学宿舍要购买一台电视机，宿舍中住了三名学生小张、小黄、小陈，三人显然要合伙购买。电视价值3 000元，我们假设小张、小黄都愿支付500元，小陈则愿意支付2 500元，或许小陈更愿意看电视，也可能他更有钱。因为三人评价之和3 500超过了3 000元，所以电视应该购买，因为收益大于成本。不过如何能知道每个人的真实评价（效用）呢，这确实是个难题，克拉克机制解决了这一问题。

我们让三个人平均分担成本3 000元，每人必须支付1 000元，然后要求三人报告自己的效用，你可以说谎，不过在下面的机制下，那对你没好处，还不如说真话对自己更有利。让三人都了解克拉克机制，三个人报告的各自的效用减去每人必须负担的成本1 000元，得到每人的净效用，即每人从购买电视得到的净收益，然后把三个净收益加起来，如果是正值，即表明从整体来看是有收益的，购买；如果是负数，即说明总成本还抵不上净收益，则不购买。不过还没完，在这三人中我们要找那些损人利己，转嫁成本的人，假如先找到小张，看小张报告的自己的效用加上小



黄与小陈的净效用之和，改不改变总净效用的符号，即改不改变最后电视的购买决定，如果改变了，则小张转嫁了成本，或者说对小黄与小陈造成了伤害，使二人的净效用难以实现，所以我们要对小张损害别人的行为收税，税收额为小张对他人的总损害，即他人净效用的总和，以此来打击他说谎话、损人利己的积极性，从而促使其说真话。与之相似，可以再分别考查小黄与小陈，如果有转嫁成本的行为则对其收税，这种税即称为克拉克税。

具体到本例中，小张如果真实地报告自己的效用500，从而净效用为-500，此时，给定小黄、小陈都说真话，从而净效用之和为 $-500 + 1500 = 1000$ ，显然小张的报告加上不去不改变电视购买与否，从而小张不是一个关键人物，不用交克拉克税，因为此时他未对别人造成损害。不过，最后小张的净效用是负数，购买电视相对于他实在是不利，于是他有积极性说谎，比如说谎报其效用为-500，则其净效用为-1500，此时 $-1500 + 1000 = -500$ 小于零，从而最终不能购买电视了，对小张有利。小张此时显然损害了小黄与小陈，使其净效用之和1000化为泡影，于是对小张要收取1000元的克拉克税，从而小张最终所得为-1000；显然比说真话最后得-500更差，索性还是说真话好些。对于小黄，因为与小张的地位完全相同，从而结果与小张一样。对于小陈，给定小张与小黄都说真话，如果小陈说真话，报告真实效用2500，其净效用为1500，此时小张与小黄净效用总和为 $(-500) + (-500) = -1000$ ，为负数，两人总意愿是不买，小陈的净效用加上去，改变了符号，变为500大于零，从而小陈损害了小张与小黄，因为二人本来不想购买，但因小陈的行为使得要购买了，小陈是一个关键人物，他必须付出税收1000，则小陈最终所得为500。如果小陈说谎夸大个人效用为2600，为了使最终能买成电视更保险一些，则净效用为1600，给定小张、小黄说真话，小陈仍是一个关键人物，要付出克拉克税1000，从而最终所得仍为500，虽然费力说谎，却并未使最终处境变得更好，何必呢？不如干脆说实话。

从以上分析我们看出小张、小黄、小陈在知道克拉克机制后，理性的选择显然是每人都说实话。



在现实中，克拉克机制巧妙之处就在于，它能避免人们说假话。克拉克机制的核心思想是：如果某一主体所报告的偏好改变了集体的最终选择，则他必须缴纳一笔金钱，其数额相当于他给其他主体带来的损失。也因为这种不损人不利己机制的存在，促使人们不敢去说假话，他们生怕这样会给自己带来损失。

下面再看一下与之类似的拍卖，尤其是二级密封价格拍卖，也被称为维克瑞拍卖。这种拍卖方式与其他拍卖方式不同的是，保持公正性与真实性。比如拍卖一幅名画时，让每个人把愿意出的价格写在纸上装入信封交给拍卖人，而所有信封打开后，出价最高的人得到这幅名画，不过实际支付的价格是次高的出价。

也因此，在这种制度下，每一个竞拍者的最优选择仍旧是说实话。比如，一个人的真实估价是五万，如果说实话，出价五万，次高出价是四万八，他得到两万元的净收益；如果他说谎出价四万五，则净收益为零，也因此，不如说实话。如果他夸大出价五万五，而此时另一人出价五万三，那么则他要损失三千元，所以说实话要比说谎好。其实这种二级密封价格就是克拉克机制的运用，而其中具有最高评价的人为关键人物，而他所支付的克拉克税为次高评价。

常言道：“三个和尚没水喝。”说的也是转嫁成本，也就是相对于三人，水是一种公共物品，于是每个和尚都只想喝水，不过却想要别人去挑水，这也导致了三个和尚无水可喝的状况。针对这样的情况，最好就是要用克拉克机制来解决了。可见，这种机制在现实生活中的运用价值，不在于用激励的手段去鼓励人向好的真实取向发展，而是在于用惩罚的手段让人们面对现实。



经济学指导你的生活：

克拉克机制是一种用经济手段约束对方谎言的机制，在这种机制下，为了维护自己的利益，人们就不敢进行一些与实际不相符合的经济行为。这种用惩罚使人们面对现实的手段具有普遍的约束力。



消费PK节俭——节俭悖论

在经济不景气，物价不断上涨的现实生活中，消费与节俭成了很多人生活中的一个重要选择。把钱存在银行，很多人害怕在通货膨胀下，发生了贬值，反而使自己的财富发生大幅度的缩水；而有的人选择了“今朝有酒今朝醉”，进行了大规模的消费。那么，现实中，是消费还是节俭呢？

18世纪，荷兰的曼德维尔博士曾在《蜜蜂的寓言》中讲过这样的一个故事：有一窝蜜蜂十分繁荣兴隆，原因在于，它们不仅仅勤劳，而且每只蜜蜂都整天大吃大喝。后来这些蜜蜂碰到一位哲人，基于蜜蜂大吃大喝的现状，哲人教导它们说，不能如此挥霍浪费，应该厉行节约，否则你们的生活将面临着很大的问题。这些蜜蜂听了哲人的话，觉得很有道理，于是迅速贯彻落实，个个争当节约模范。不过，结果出乎预料，整个蜂群也从此迅速衰败下去，一蹶不振了。

蜜蜂的故事讲的其实就是“节俭的逻辑”，在经济学上叫“节俭悖论”。在西方经济学史上，节俭悖论曾经使很多经济学家备感困惑，他们对于蜜蜂这个节俭群体的衰弱非常不解。不过，经济学家凯恩斯从故事中却看到了刺激消费对经济发展的积极作用。

“节约悖论”是英国著名的经济学家凯恩斯1936年在《就业、利息和货币通论》中提出的经济理论，也称为“节俭悖论”、“节约反论”。根据凯恩斯主义的国民收入决定理论，消费的变动必定会引起国民收入同方向变动，而储蓄的变动会引起国民收入反方向变动。不过，根据储蓄变动引起国民收入反方向变动的理论，如果增加了储蓄则会减少国民收入，使经济衰退，这对整个社会乃至国民经济的发展是有害的；相反，减少储蓄增大居民的消费却会增加国民收入，使经济繁荣。



众所周知，节俭是中华民族的一种美德，既然是美德，为什么还会产生这个悖论呢？其实，从理论上讲，节俭是个人积累财富最常用的方式。而就个体而言，如果某个家庭勤俭持家，增加储蓄，减少浪费，往往可以致富。不过，凯恩斯却认为，节俭对于经济增长并没有什么好处。其实，从经济学上来讲，这里蕴涵着一个矛盾：公众节俭，增加储蓄，降低消费，这里往往会导致社会收入的减少。

一般来讲，现实中人们的收入通常通过消费和储蓄两种手段来实现，不过，消费与储蓄呈反方向变动，即消费增加储蓄就会减少，而消费减少储蓄就会增加。所以，储蓄与国民收入呈现反方向变动，如果储蓄增加国民收入就减少，若储蓄减少国民收入就增加。也因此，根据这种看法，增加消费减少储蓄会通过增加总需求而引起国民收入增加，就会促进经济繁荣；而反之，就会导致整个社会经济的萧条。其实，如果从个人理财角度来说，节俭也未必就是最好的致富途径。

从前，有一个惜金如命的财主，他把自己的金子埋在花园里的一棵大树下面，每隔几天就要挖出来，自我陶醉一番。突然有一天，有人发现了他的秘密，就把他藏在树下的金子给偷走了，为此，财主痛不欲生。后来他的邻居们来看他，当了解事情的经过后，他们就问他：“你从没花过这些金子吗？”

“没有，节俭是我们家的传统，我每次只是看看而已。”他回答。

邻居们听了，不由得大笑起来，并对他说：“按你这种对待金子的做法，有和没有金子对你来说都是一样的。如果你还是感到难受的话，就在大树底下再埋一些石头，把它们当做金子收藏起来好了。”邻居们说完就走了，只剩下财主呆若木鸡地站在树下，想着被偷走的金子，越发觉得邻居讲的话有一定的道理。

确实，与其把金子提心吊胆地藏起来，还不如用它们来生财，去获得更多的财富。其实，从经济学上的资金的流动性来讲，闲置和藏匿财富就等于浪费，如果用现代的理财观念来看，财主这样的“节俭”的确称得上是“现代的罪恶”。

在经济生活中，我们可以换一个角度解释“节俭悖论”：节俭减少了支出，从而迫使厂家削减产量，解雇工人，从而减少了收入，这最终也减少了个人储蓄。从宏观的角度上来讲，储蓄为个人致富铺平了道路，然而如果整个国家加大储蓄，将

使整个社会陷入萧条和贫困。对此，凯恩斯曾形象地说，如果“你们储蓄五先令，将会使一个人失业一天”。按照他的观点，在经济没有达到潜在产出、资源没有得到充分运用的情况下，只有每个人都尽可能多地消费，整个经济才能走出低谷，迈向经济繁荣、充分就业的阶段。凯恩斯针对20世纪30年代世界性的经济大危机，提出了有效需求不足的理论。他认为，只有增加有效需求，即居民增加消费，减少储蓄，这样才可以使得国民经济恢复增长。

在现阶段，我国经济发展的一个突出特点是储蓄率过高而消费率过低。也因此，正确理解节俭悖论，这将有助于提高我们对高储蓄可能带来的不良后果的认识。而如果，居民消费需求不足，造成大量商品生产过剩，企业开工不足，那么失业人员增加，国家的经济增长也会受到影响。因此，在经济危机的大背景下，为了刺激消费扩大内需，国家采取了积极的财政政策，提高“低保”标准和扩大“低保”范围，采取一系列措施鼓励大家消费，其实，这些措施都是以扩大国民消费带动经济发展的。节俭悖论使许多经济学家接受了反储蓄的心理状态，特别是在经济滑坡、商家和消费者变得悲观之时，消费可以说是拯救国家经济的良药。

在现实的经济生活中，正确地认识节俭悖论，有助于提高我们对高储蓄可能带来的不良后果的认识。也因此，对于作为经济主体的男人来说，理性的选择就是“有选择地节俭”，而不是一味地、不分场合地节俭。不过这里我们所讲的并不是要求男人们整天花天酒地进行消费，这里所提的消费当然是指理性的消费，并不是铺张浪费。

经济学指导你的生活：

消费制约生产，而不是生产限制消费。当国民增加消费在收入中的比例时，将会导致更多的国民收入，使整个经济呈现繁荣局面；而当国民降低消费在收入中的比例时，则会引起国民收入下降，使整个经济陷入衰退。简而言之，挥霍导致繁荣，节约导致萧条。

理性看待身边的一切——边际效用

罗斯福曾三次连任美国总统，曾有记者问他有何感想，不过让人想不到的是，总统一言不发，只是拿出一块三明治让记者吃，记者吃下去后，总统又拿出第二块，记者勉强吃了下去，没料到总统又紧接着拿出第三块三明治，记者赶紧婉言谢绝，这时罗斯福笑笑说：“现在你知道我连任三届总统的滋味吧。”

边际效用，也被称为边际贡献，是指消费者在逐次增加一个单位消费品的时候，带来的单位效用是逐渐递减的（虽然带来的总效用仍然是增加的）。

美国著名的社会学家霍曼斯提出来：“某人在近期内重复获得相同报酬的次数越多，那么，这一报酬的追加部分对他的价值就越小。”这种效用，在经济学和社会学中同样有效，在经济学中叫“边际效益递减率”；在社会学中叫“剥夺与满足命题”。

其实，这种边际效用也经常在我们的身边发生。如一家民航公司开辟从甲地飞往乙地的新航线，每运载一位旅客的全部成本是260元，那么，当每次飞机有空位时，它能不能以每张130元的票价卖给学生呢？有人可能会说：“不行。”理由是每个旅客的全部成本是260元，低于这个数目的票价将会给航空公司造成亏损。但是，如果我们用边际分析法去分析一下，便会发现，行。因为我们此时作决策不能依据全部成本（它包括飞机维修费用以及机场设施和地勤人员的费用等），而是要依据边际成本。飞机维修费以及机场设施费等的开销，不论是否搭载学生，均是要发生的，而学生在机上的就餐费和飞机因增加负载而增加的燃料支出，才是因学生乘坐飞机而额外增加的成本。若该边际成本只有30元，则边际收入130元大于它的边际成本，说明学生乘坐飞机能为公司增加利润，所以，按低价让学生乘坐飞机对航空公

司是有利的。

看来用“边际效用”的分析法来看待我们生活中的经济事物，我们生活上的经济账算起来就更加明朗了。边际效用的应用非常广泛，例如经济学上的需求法则就是以此为依据，即：用户购买或使用商品数量越多，则其愿为单位商品支付的成本越低（因为后购买的商品对其带来的效用降低了）。当然也有少数例外情况，例如嗜酒如命的人，越喝越高兴，或者集邮爱好者收藏一套邮票，那么这一套邮票中最后收集到的那张邮票的边际效用是最大的。

很显然，边际是一个比较学术化的词语，我们更习惯用具体的数字来说明。例如工人更想赚钱，假设工人一天工作8小时，同时消费闲暇16小时。工人在工作8小时的时候，再增加1小时的工作可以换来30元人民币。但是，为了再增加1小时的工作，他必须放弃1小时的闲暇，也就是说，消费的闲暇必须降到15个小时。那么，在工作8小时（消费闲暇16小时）的时候，再放弃1小时闲暇的成本是多少？我们假设，如果工人在此时放弃1小时的闲暇，为此他的成本是30元人民币。那么，工人会增加1小时的工作吗？显然不会。为什么？因为，工人在工作8小时后，再增加1小时的工作增加的收入是30元，但为此却必须放弃1小时的闲暇，而此时，放弃1小时闲暇的成本也是30元，所以，工人不会增加工作的时间。工人是一个理性的人，如果再增加1小时的工作的收入（工资）不变（30元），同时再放弃1小时的闲暇成本不变（30元），工人理性的选择就是工作8小时。理性人的选择点是在边际收益等于边际成本之处，在这一选择点处，他的选择是最优的。

边际效用递减率告诉我们，当我们处于较差的状态中时，一点儿微不足道的事情可能会带给我们极大的喜悦，而当我们所处的环境渐渐变好时，我们的观念、需求、欲望等都会发生变化，同样的事物再也不能满足我们的需求，我们在其中再也找不到当初的幸福感了。不仅仅是经济上，这个理论用来解释偏感性的精神上的厌倦也颇为有用，物以稀为贵嘛，越是多的越没感觉，越是少的越是珍贵。

如你追求到了自己心爱的女孩，和她在一起的第一天必然极其兴奋，第10天依然快乐，但新鲜感已经减少，第100天差不多就已经成了习惯，第200天可能已经索



然无味，不过，第300天时，能不能在一起还是未知之数。当然啦，实际生活并没有那么理想化，不过这是一个最简单的和生活化的解释。它向人们表达出了这种幸福的感觉会逐渐递减。

不过，需要指出的是现实中我们之所以要学习这些经济学理论，就是为了让它指导我们的生活，让我们过得更幸福。那么，生活中，我们该如何利用这个规律呢？经济学的解释是资源的最优配置，因为投入得太多会使最终的收益摊得太薄。可以说，再好的东西也会有个限度。很多学习经济学的人都清楚，所谓的各种高级操作都是某种程度上的吃力不讨好，最有效的往往是那些基本操作。

只要你了解了边际效用的概念和原理，那么，你就可以尝试在实际生活中运用它，这不仅仅在经济生活上，在其他方面也同样适用。例如：如果你已经有了伴侣，一定要知道，在婚姻生活中夫妻双方朝夕相处，彼此之间的接触越来越全面、真实、细致，神秘感逐渐消失，加之一系列生存问题接踵而至，这需要用边际效用去客观地看待和解决生活中的种种难题。所以，边际效用是理性人作出的选择。也因此，现实中人们要善于运用边际效用的经济思维来看待我们身边的一切，以客观的眼光去分析身边的事物，这样才会让我们生活过得更加美好而有效率。

经济学指导你的生活：

我们向往某事物时，当情绪投入越多，那么，第一次接触到此事物时情感体验也越为强烈，然而，第二次接触时，会淡一些，第三次，会更淡……以此发展下去，我们接触该事物的次数越多，我们的情感体验也就变得越为淡漠，一步步趋向乏味。而防止出现这种边际效用的最佳方式就是不断创新，突破因循守旧的生活方式，为生活注入新的激情。



别忽视了经济背后的那只手——政府干预

在市场经济生活中，我们经常听到这样的话：“经济发展，靠的是两只手，市场是无形的手，而政府的宏观调控则是有形的手。”听到这样的话，或许很多人会感到疑惑，为什么市场和政府被称为左右手呢？政府在经济发展中起着什么样的作用呢？

从经济的运行周期上来讲，经济的运行并不总是朝着健康有序的方向发展，因为市场经济的正常运行取决于很多个环节，当这些环节的某一个分支出现问题时，将会严重地扰乱经济的合理发展。这就需要政府出来干预经济的运行，使其朝着健康的轨道发展。

市场经济存在着两只手，一只是“无形的手”——市场，而另一只则是“有形的手”——政府的干预。市场经济就是在这两只手的共同作用下形成了规范化的发展。特别是在社会经济不景气的年代，政府对经济的干预，这只手显得尤为重要。

随着经济危机的升级，美国政府于2008年启动7 000亿美元金融救援方案，并向私营法律机构咨询通过何种方式收购银行股份来激活冻结的信贷市场、恢复经济增长。随后中国又提出4万亿的救市资金。这都无不体现政府这只有形的手在市场经济运营中的调控作用。不管是在什么样的国家，市场经济的运行不会出现绝对的自由，在经济学上我们常提到的“自由经济”也是相对自由，不是放任自流，没有监管的状态。即使像美国这样经济高度发达的国家，在其经济发展的历史上也出现多次政府干预经济的例子。

1865年南北战争之后，也就是19世纪的后期，在扫除了发展的障碍以后，美国经济突飞猛进，造了铁路，开发了石油，随之就有很多大财团出现了。在工业化突



飞猛进的过程中，财富高度集中，于是贫富悬殊扩大，社会矛盾尖锐化，好多社会问题就出来了。这种情况之下，很多有识之士感觉到完全放任自流、不受约束的经济造成资本恶性膨胀，是难以为继的，必须要采取一些手段，对此加以遏制。

他们最初感觉到的最大的问题是垄断。垄断财团形成以后，就通过垄断市场，抬高物价，欺骗消费者，同时压低工资，增加劳动强度来坑害工人。比如说铁路的垄断，铁路公司可以自己随便定票价，你要出行就非买它的票不可。这样就坑害了一般的市民、农民和小商人。垄断的害处非常大。但垄断也有好处，它实际上可以节约成本，可以提供物美价廉的产品，假如它愿意这样做的话。在资本高度集中的情况下，生产力发展，或者是搞科技开发之类的都会比较容易，所以也不是一点儿好处都没有。但因为人的贪婪是没有止境的，如果不加以遏制垄断就会无限制地发展，就会恶性膨胀，大多数的中小企业和一般的老百姓都深受其害。在这种情况下，政府干预首先要做的就是反垄断。1890年美国制定了《谢尔曼法》，是第一部反垄断法。反垄断法的出台打击了社会垄断集团的势力，也有效地防止了当时社会的两极分化的现象，使美国的经济社会朝着更加健康的方向发展，也使美国的社会更趋于稳定。

从经济层面上来讲，政府对经济干预的目标，实际上是指国家对国民经济各部门、各地区和社会再生产的各环节，以及经济社会发展的诸多方面进行干预，保证国民经济按既定目标，持续、快速、协调发展，取得最大的经济效益。而这个目标包括：经济、科技、社会发展等目标。不同的国家及政府，在不同的时期对经济的干预程度及手段会各有不同，但总体上来说都是为消除经济发展过程中的不良的因素，促使经济的运行方式健康化、合理化发展。

政府宏观调控这只“看得见的手”一般为市场搭建法律和管理框架，而只有看得见的手和看不见的手完美结合，才会让市场更完善，经济发展更稳健。经济发展中，为了克服“市场失灵”和“政府失灵”，人们希望“两只手”配合运用，实现在社会主义市场经济条件下的政府职能的重要转变。

那么，在现实的经济的发展中，又是怎么用宏观调控的手段去管理经济呢？一

般情况下，政府这只“看得见的手”用“胡萝卜”和“大棒”两种手段干预市场。而这里说的“胡萝卜”是指政府支出，而“大棒”是指税收和管制，这也是政府改变社会最有力的三大工具。

1. 经济管制

经济管制是指政府通过法律法规引导或限制人们的一些经济活动。例如，政府会对重度污染企业进行强制性整改，对新药安全性进行强制检查等等。

2. 税收

政府的税收主要体现在对私人的商品、收入和服务的征收上。政府每年维护社会的正常运转都是靠税收来维持的。

3. 政府财政支出

政府得到税收后会在某些物品及劳务领域进行消费支出。例如，公众健康、社会秩序、教育、环保、减少失业等方面的问题都需要政府来解决。因为一些重要的公共设施不能由私人市场投资，许多发达国家的政府支出超过其国民产出的1/3。就保持经济稳定而言，包括稳定物价、充分就业、减缓经济周期以及经济增长、保持汇率稳定和国际收支平衡等，都需要政府支出。几个世纪以来，围绕着政府与市场间的界限问题，很多经济学家和政治家、企业家争议不断，甚至今天，自由派和保守派都还在为政府是否应在医疗、教育、科研等方面进行干预而展开讨论。

总之，一个社会的经济若要有条不紊地运行，就少不了政府的“有形手”与市场的“无形手”的相互协调，这两只手应共同担负维护市场公正公平秩序、平衡各方面利益、促进市场经济发展的重任。

经济学指导你的生活：

经济增长高潮后，则会使经济停滞甚至倒退，这种周期波动对社会资源及生产力都构成严重影响。这就需要国家对国民经济总量进行调节与控制。在中国，宏观调控的主要任务是：抑制通货膨胀，保持经济总量平衡，实现经济稳定增长。通常来讲，宏观调控主要运用税收、信贷等经济、法律及行政手段。



市场有一种无形的力量——看不见的手

一提到市场可能很多人会马上想到离自己家不远的菜市场或者小集市。确实，在很多人的意识中市场就是人们买东西的地方。从经济学上来讲，狭义上的市场是买卖双方进行商品交换的场所。广义上的市场是指为了买和卖某些商品而与其他厂商和个人相联系的一群厂商或者个人。

我们无法想象没有市场的经济社会将是一个什么样的社会。现实的市场已经成为了人们无可替代的经济活动场所。我们会经常听到这样的话：我去菜市场买点菜；我去建材市场买点建筑材料等等。其实，市场是现代经济交往的平台，市场提供了一种机制，使得人们相互进行交易，无论是企业还是个人，价格和利益的激励引导着他们各自的选择。

人们为了生活需要，每天都要和衣食住行打交道。当我们去超市购买生活用品和其他商品的时候，我们有可能会面对商品而大吃一惊：这个猪肉怎么又涨价了，这个洗发水现在的价格好低……怎么价格又变化了？是什么导致了这个商品的价格变化呢？我们到市场上去买新鲜的水果，夏天的时候买西瓜比较便宜，冬天的时候买就比较贵了。一般来讲，商品价格的便宜与否是和商品的供求关系紧密联系在一起的。当市场上某种商品的数量较少时，在需求比较旺盛的情况下，该商品供不应求，结果就是该种商品的价格上涨；相反的是，当市场上的某种商品数量较多时，在需求一般的情况下，该商品供过于求，所以价格就下跌了。其实，这一切都受到市场的影响。而值得一提的是，市场规律是不可违抗的铁律，顺其者昌，逆其者亡。面对市场，要理性判断、理性应对，才有所发展。

从经济学上来讲，市场是社会分工和商品经济发展的必然产物。劳动分工使人



们各自的产品互相成为商品，互相成为等价物。市场社会分工越细，商品经济越发达，市场的范围和容量就越扩大。同时，市场在其发育和壮大过程中，也推动着社会分工和商品经济的进一步发展。而市场通过信息反馈，直接影响着人们生产什么、生产多少、上市时间、产品销售状况等；市场联结商品经济发展过程中产、供、销各方，为产、供、销各方提供交换时间、交换场所以及其他交换条件，以此实现商品生产者、经营者和消费者各自的经济利益。

亚当·斯密在《国富论》中曾经这样说道：“看起来似乎杂乱无章的自由市场实际上是个自行调整机制。如果某种需要的产品供应短缺，其价格自然上升，价格上升会使生产商获得较高的利润。由于利润高，其他生产商也想要生产这种商品。生产增加的结果会缓和原来的供应短缺，而且随着各个生产商之间的竞争，供应增长会使商品的价格降到‘自然价格’即其生产成本。谁都不是有目的地通过消除短缺来帮助社会，但是问题却解决了。”

亚当·斯密提出的市场这只“看不见的手”，奠定了现代经济学的基础。他用这只“看不见的手”来宣扬市场经济的作用，通过分散的、无数的、个人的决策在市场上进行相互交易，这样就能够促进社会的利益。市场经济最大的优势在于引进竞争机制，竞争机制带来“优胜劣汰”，而优胜劣汰的压力驱使人人都会更加努力，从而整个社会的效率就会提高，也就能创造更多的财富。同时也使资源得到了更加合理的配置，优化产业结构。

正常情况下，市场会以它内在的机制维持其健康的运行，其中主要依据的是市场经济活动中的理性经济人原则，以及由理性经济人原则支配的理性选择。这些选择逐步形成了市场经济中的价格机制、供求机制和竞争机制。这些机制就像一只看不见的手，在冥冥之中支配着每个人自觉地按照市场规律运行。

作为生产与消费的连接点，市场是保证国民经济正常运行及广大居民生活需求的重要手段。从宏观经济学上看，市场就是社会经济的“晴雨表”及“调节器”，社会经济的兴衰往往通过市场反映出来。可以这么说，社会经济繁荣，市场便繁荣，反之亦然。处在市场经济之中，千万不要忽视市场的作用。也因此，如果你想



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

从事经济活动，一定得了解市场运行的规律。



经济学指导你的生活：

虽然市场是一只无形的手，但在经济生活中我们无时无刻不在体验着它的存在与力量，它以内在的价格机制、供求机制和竞争机制维持着经济的正常运行，同时，支配着每个人自觉地按照市场规律操作。



是谁偷了你口袋里的钱——通货膨胀

特别是在近期的经济生活中，我们经常听到这样的话：“大米涨价了，猪肉价涨了，油价涨了……”确实，在生活中“涨”声一大片。以前很多男人，手头上的小笔私房钱，还可以让自己的小生活过得乐呵一些，没事可以约几个朋友喝喝酒，聚聚会等。不过，现在手上的钱总感觉少了很多，基本上买不了什么东西。难道是有谁动了自己的钱包？

在经济学上，通货膨胀指的是在纸币流通条件下，因货币供给大于货币实际需求，亦即现实购买力大于产出供给，导致货币贬值，而引起的一段时间内物价持续上涨的现象。通货膨胀的实质就是社会总需求大于社会总供给。也就是货币相对贬值的意思。说得通俗一点儿，就是指在短期内钱不值钱了，一定数额的钱不能再买以往那么多东西了。假如一年前，8元钱能买1斤猪肉，可是现在却需要15元才能买1斤猪肉。而且这种物价上涨、货币贬值的现象还比较普遍，也就是说，不光是猪肉涨价了，在我们的经济生活中还有很多商品的价格在发生很大的上涨现象，这就可以断定通货膨胀确实发生了。作为普通的老百姓，我们对通货膨胀都非常反感，因为辛辛苦苦赚来的薪水变得不值钱了。

讲到通货膨胀，我们就不得不想起一战后的德国。德国在第一次世界大战中败北，被迫按照《凡尔赛和约》支付战争赔款。可是到了1922年底，德国发现它的财力已经枯竭了。作为报复，战胜国法国和比利时派军队占领了德国最富饶、产值最高的工业区。德国的工业巨头们随即命令工人们罢工，这让本已岌岌可危的经济更加雪上加霜。面临经济危机，德国政府开动印钞机，开始凭空印出没有任何商品作保证的纸币，打算以此来支付工人的工资和拖欠的战争债务。



供需失衡的情况马上出现了，不久纸币就变得没有任何价值。1922年，德国马克的最大面值为5万，一年以后它变成了100万亿，年通货膨胀率为325000000%。这意味着在这一年里，物价每两天就要翻一番。结果不仅德国经济开始崩溃，法国和比利时得到的赔款也变成了一堆废纸。

在这场巨大的经济危机中，德国人民遭受了极大的苦难，他们没有工作，也没有粮食，几乎走投无路，德国各地斗争、骚乱不断发生，德国社会处于严重的动荡之中。

一般来讲，如果通货膨胀不那么严重，就未必是什么坏事，甚至对经济发展是有好处的。而当通货膨胀的程度超过了人们的预料时，那么就会破坏社会的信用基础，造成财富的转移，让人们对未来失去耐心。

从纸币流通规律上看，纸币发行量不能超过它象征性地代表的金银货币量，一旦超过了这个量，纸币就要贬值，物价就要上涨，从而出现通货膨胀。通货膨胀只有在纸币流通的条件下才会出现，在金银货币流通的条件下不会出现此种现象。

由于金银货币本身具有价值，拥有贮藏手段的职能，可以自发地调节流通中的货币量，使它同商品流通所需要的货币量相适应。而在纸币流通的条件下，因为纸币本身不具有价值，它只是代表金银货币的符号，不能作为贮藏手段，因此，纸币的发行量如果超过了商品流通所需要的数量，就会贬值。例如：商品流通中所需要的金银货币量不变，而纸币发行量超过了金银货币量的一倍，单位纸币就只能代表单位金银货币价值量的 $\frac{1}{2}$ ，在这种情况下，如果用纸币来计量物价，物价就上涨了一倍，这就是通常所说的货币贬值。此时，流通中的纸币量比流通中所需要的金银货币量增加了一倍，这就是通货膨胀。在宏观经济学中，通货膨胀主要是指商品价格和工资的普遍上涨。

从通货膨胀的成因来讲，引起通货膨胀的原因有很多，比如物价指数提高、经济过热、大宗商品交易价格上升、政治等因素都会引起通货膨胀。

经济学把通货膨胀分成好几类，而且不同的通货膨胀对人们生活以及社会经济的影响也不同。根据不同通货膨胀的不同特点和影响，我们把通货膨胀具体划分为

几大类：

1. 温和的通货膨胀。这是一种使通货膨胀率基本保持在2%~3%，最多不超过5%，并且始终比较稳定的通货膨胀。人们一般认为，如果每年的物价上涨率在2.5%以下，不能认为是发生了通货膨胀。当物价上涨率达到2.5%时，叫做不知不觉的通货膨胀。

2. 快速的通货膨胀。这是一种不稳定的、迅速恶化的、加速的通货膨胀。这种通货膨胀发生时，通货膨胀率较高（一般达到两位数以上），人们对货币的信心产生动摇，经济社会产生动荡，所以这是一种较危险的通货膨胀。

3. 恶性的通货膨胀。恶性的通货膨胀也称为极度的通货膨胀、超速的通货膨胀。这种通货膨胀一旦发生，通货膨胀率非常高（一般达到三位数以上），而且完全失去控制，其结果是导致社会物价持续飞速上涨，货币大幅度贬值，人们对货币彻底失去信心。这时整个社会金融体系处于一片混乱之中，正常的社会经济关系遭到破坏，最后容易导致社会崩溃，政府垮台。

4. 隐蔽的通货膨胀。这种通货膨胀又称为受抑制的（抑制型的）通货膨胀。这种通货膨胀是指社会经济中存在着通货膨胀的压力或潜在的价格上升危机，但由于政府实施了严格的价格管制政策，使通货膨胀并没有真正发生。但是，一旦政府解除或放松价格管制措施，经济社会就会发生通货膨胀，所以这种通货膨胀并不是不存在，而是一种隐蔽的通货膨胀。

从宏观来讲，抑制通货膨胀我们普通老百姓无能为力，主要是依靠政府进行调控，出台相关的经济政策和措施，例如上调存贷款利率，提高金融机构的存款准备金率，实行从紧的货币政策，包括限价调控令、严禁哄抬商品价格等。从微观上来说，老百姓自身也可以采取一些措施，以应对通货膨胀。

那么，当通货膨胀来临时，作为老百姓又该如何应对？

其实，应对通货膨胀的核心是在主观上不要让自己的心理膨胀，要心平气和地理性消费。凡事多问自己，我真的要买吗？真的要买价格这么高的吗？不立刻在这里买会有哪些损失呢？经过三思的行动，才是理智的行动，才不会在一时昏头之后



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

追悔莫及。

再次，不能被所谓的主流舆论、媒体、御用专家与服务于资产者的专家的言论所蛊惑。只有自己的家人、朋友才会希望你在受到蛊惑的时候，清醒一些、理智一些。



经济学指导你的生活：

看清通货膨胀并不难，难的是如何抑制物价上涨的同时，保持经济平稳、较快增长。这种情况下，主要作为总量调控的货币政策难以单独发挥有效作用，必须有产业政策和财政政策的密切配合，调控政策“适”字当头。



为什么会爆发经济危机——经济周期理论

很多人会有这样的感触，前几年自己的经济生活阳光灿烂，物价平稳，股市上扬。而近年来，物价飞涨，股市下挫，生活看似比以前艰辛了许多。很多的人对此感到疑惑不解。其实，从经济学上来讲，这就是经济的周期性。

海水既然有落潮，也一定会有涨潮，经济亦然。正如经济学家说的那样，任何时候都不能忘记或忽略经济周期的存在。

经济学上，经济周期也被称为商业周期、景气循环，它是指经济运行中周期性出现的经济扩张与经济紧缩交替更迭、循环往复的一种现象。是国民总产出、总收入和总就业的波动，是国民收入或总体经济活动扩张与紧缩的交替或周期性波动变化。过去把它分为繁荣、衰退、萧条和复苏四个阶段，现在一般叫做衰退、谷底、扩张和顶峰四个阶段。

对于经济周期，一位著名的经济学家曾这样描述过：在繁荣之后，可能会出现恐慌和暴跌，经济扩张因此让位于衰退，国民收入、就业和生产下降，价格和利润下降，工人失业。当经济最终达到最低点以后，复苏阶段开始出现。复苏既可以是缓慢的，也可以是快速的，新的繁荣阶段表现为持续旺盛的需求、充足的就业机会以及增长的国民收入。

从经济学的理论上来讲，任何国家或地区都避免不了经济周期性的波动。对于国家政策的制定者来说，只要准确把握经济运行趋势，拿出合适的经济对策与调控措施，才能有效地防止经济剧烈震荡，保证社会和谐发展。而对于企业来讲，正确估计市场景气程度，准确地推断出经济的未来运行情况，据此来调整业务规模、优化资产与负债的比例，对于企业的生存与发展起着重要的作用。



美联储前主席格林斯潘曾经这样说：“不到泡沫破裂人们便无法断定它是不是泡沫。”在经济发展一片繁荣的时候，人们往往过于乐观而做出“烈火烹油”的经济行为。进一步过度消费、扩大生产、参与高风险投资等，实际上这些举动往往带来过度的产能扩张及非理性的资产泡沫，反而酿就了由盛转衰的动因。不过，在泡沫破裂、经济开始下滑时，由于产业之间的相互波及，企业家普遍对前景感觉悲观，由此收缩投资，银行也开始惜贷，居民减少消费，悲观情绪的相互传染会进一步加剧萧条。

当经济下滑时，人们普遍存在着悲观情绪，但事实上，经济复苏总会来临。因为，在萧条持续一段时期以后，由于原料价格下跌、工资削减、利息率下降和生产方式改进等原因，投资的成本降低，积极因素会诱使新的投资出现，从而形成了促使萧条走向复苏的力量。在经济的发展周期中，我们要清楚的一点是，往往在经济发展最悲观的时候，转机也开始出现。

从1991年初到2001年初，美国经济持续了120个月低通胀、高增长、低失业率的“黄金增长期”，到处充满了乐观的情绪，甚至有人认为“新经济”已经成功抹平了经济周期。然而，随着2000年互联网泡沫的破灭，美国经济开始陷入小幅衰退。为了避免发生更大规模衰退的可能，美联储采取连续降息的应对举措并取得了成效——这个政策迅速刺激了美国房地产市场的繁荣，2000—2006年房地产涨幅达到90%以上。但也正是这个政策在制造了一个更大的“次贷泡沫”之后把经济推向了更严重衰退的边缘——正应了那句老话：“该来的迟早会来的。”

市场经济永远都在成长、衰退和危机之间循环往复，让我们常常从乐观的高峰跌落到失望的深渊，又在某种契机下东山再起。这正如清华大学经济管理学院教授、清华大学中国与世界经济研究中心主任李稻葵所说的：“市场经济变化多端，唯一不变的就是其变化的周期性。经济学家们研究它，政治家们试图熨平它，而企业家们如果不能善于利用它来做大自己的企业，就会被它所吞噬。”

经济周期性的循环总会出现一些让人意想不到的经济现象。一次经济的起落往往会造出一批亿万富翁，也使大批企业家一夜间成为穷光蛋。在大海风平浪静时，

任何人都可以掌舵。但是，不管任何人都应该要明确的一点是，狂风骤雨总会来临的。在兴风作浪的经济周期面前，无论是企业还是个人都显得微不足道。

经济生活中经济的发展有其固有的规律，我们只能不断地认识这个规律，并把握这个规律为我们所用，尽量地消除或者减轻经济的周期性对我们的不利影响。

经济学指导你的生活：

市场经济的运行，总免不了周期性地出现的经济扩张与经济紧缩交替更迭、循环往复，于是就会有衰退、谷底、扩张和顶峰四个阶段。大量的研究都把经济周期描述成相同的，或者至少不作明确区分。但经济周期有不同的驱动因素，不同驱动因素下的经济周期具有不同的特点，资产价格在不同的经济周期中的表现也大相径庭。



荒年减税，藏富于民——拉弗曲线

随着百年不遇的经济危机的到来，世界各国政府纷纷出台了各项政策扶持国家经济发展。不过在政策中，最受老百姓欢迎的就是政府税收的下调。特别是对收入相对高的很多男人来说是一个好的消息，至少他们向政府缴纳的个人所得税会大大减少。从经济学上讲，这一切都是拉弗曲线的“功劳”。

通常来讲，为了维持国家和社会公共事业的正常运转，要求公民要依法缴纳税收。一般情况下，税率越高，政府的税收就越多；不过，当税率的提高超过一定的限度时，企业的经营成本提高，投资减少，收入减少，即税基减小，反而导致政府的税收减少，描绘这种税收与税率关系的曲线叫做拉弗曲线。

“拉弗曲线”理论是由“供给学派”代表人物、美国经济学家阿瑟·拉弗提出的。该理论之所以被称为“供给学派”是因为它主张以大幅度减税来刺激供给从而刺激经济活动。

经济学上“拉弗曲线”所论问题非常古老，而且前人多有类似阐述。我国古典名著《管子》就说：“取民有度”，把制定适当的税收标准作为治国安邦的根本政策。历史巨著《史记》也是重要的经济著作，司马迁提出了“善因论”的经济思想，他说：对于普通百姓的经济活动，政府的政策“善者因之，其次利道（导）之，其次教诲之，其次整齐之，最下者与之争。”就是说，国家最好的经济政策是顺应和听任人们进行生产、贸易等经济活动，不要横加干预，在某些方面进行诱导和教化，鼓励或告诫人们应该或不应该参与哪些经济活动，必要时进行一定的调节和限制，“与民争利”是最不好的经济政策。他认为，农工商等经济活动是“衣食之源”，个人为了自己的利益而从事经济活动，就扩大了衣食之源，“上则富国，

下则富家”；如果个人的经济活动受到了限制或阻碍，衣食之源就会萎缩，既不会利家也不会富国。这里所说的实际就是制定优惠的税收政策，改善投资环境，吸引社会力量和外资前来投资兴办实业，以扩大税基，增加税源，增强政府的财力，加快经济发展。

众所周知，决定税收的因素，不仅要看税率的高低，还要看课税的基础即经济主体收入的大小。过高的税率会削弱经济主体的经济活动积极性，因为税率过高企业只有微利甚至无利，企业便会心灰意冷，纷纷缩减生产，使企业收入降低，从而削减了课税的基础，使税源萎缩，最终导致税收总额的减少。当税收达到100%时，就会造成无人愿意投资和工作，政府税收也将降为零。

从另一方面来看，税率过高不仅使企业微利甚至无利，使企业会心灰意冷，而且还可能促使企业偷逃税收，从而导致税收总额的减少。“拉弗曲线”表明了税收与税率之间的关系：当税率为零时，税收自然也为零；而当税率上升时，税收也逐渐增加；当税率增加到一定点时，税收额达到抛物线的顶点，这是最佳税率，如再提高税率，则税收额将会减少。

也因此，减税有利于生产和消费的双重发展，正确实施可以使居民的消费和企业的生产实现良好的对接，形成良性循环。即居民愿意并且有能力消费企业生产的产品，而企业因此受到鼓舞，产生更高的生产积极性，更愿意扩大投资、扩大生产。简言之，减税或者退税其实是调整国民收入分配比例的一项措施，它的实施可以在一定程度上提高企业和居民在国民收入分配中所占的比例，而这有利于社会经济的发展。

当年拉弗教授在一次宴会上，为了说服当时福特总统的白宫助理切尼，使其明白只有通过减税才能让美国摆脱“滞胀”的困境，拉弗即兴在餐桌上画了一条抛物线，以此描绘高税率的弊端。后来，“拉弗曲线”理论得到了美国前总统罗纳德·里根的支持。在1980年的总统竞选中，里根将拉弗所提出的“拉弗曲线”理论作为“里根经济复兴计划”的重要理论之一，并以此提出一套以减少税收、减少政府开支为主要内容的经济纲领。里根执政后，其减税的幅度，在美国的历



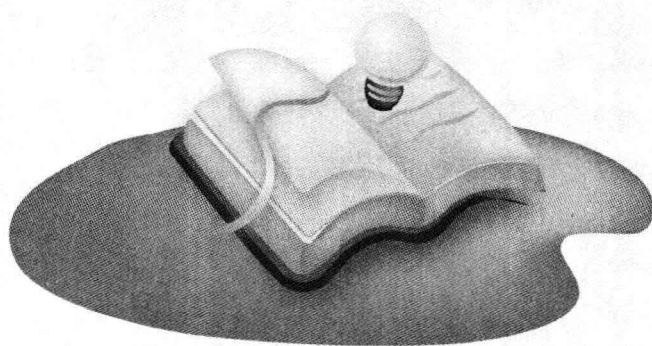
史上实为罕见，经济增长也出现当时少有的景气，可以说“拉弗曲线”理论立下了汗马功劳。

在目前全球性经济危机的状况下，我们国内需求和投资都在萎缩。为了保证我国的经济的发展，减税势在必行。国务院副总理李克强在出席第三届国际税收对话机制全球大会时曾经这样说道：“为应对国际金融危机，我们实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，既大规模增加政府公共支出，又采取了一系列结构性减税措施，增强了抵御危机的信心和能力。同时，我们全面实施增值税转型，果断出台燃油税费改革方案，体现了促改革与保增长、调结构惠民生的结合。”可见，在经济危机中，国家宽松的税收政策对国民的消费信心和国家的经济增长是非常有必要的。

经济学指导你的生活：

税收是国家调整经济政策的一个重要杠杆，在非常的时期税收调整将有利于经济的稳定和发展，特别是在经济不景气的时候，国家往往会采取低税收的方式来刺激经济的恢复与发展。

第二章 会工作的男人有『钱』途——职场中的经济学



金钱与注意力一起流动——注意力经济

眼球经济又被称为注意力经济，随着社会的发展眼球经济越来越受到人们的关注。注意力经济为很多人赢得了巨大的经济利润，成就了很多人的财富。特别是在职场中的男人，面对人才济济的职场，打造自己的职场注意点，往往能成为你职场成功的关键。

著名诺贝尔奖获得者赫伯特·西蒙在对当今经济发展趋势进行预测时指出：“随着信息的发展，有价值的不再是信息，而是注意力。硬通货不再是美元而是关注。”这种观点被经济学家形象地描述为“注意力经济”。

职场上，薪水猛涨、职位高升的人，往往是衣着光鲜，风光无限，由于他们的才学和特殊自我包装意识，注定了他们成为了职员们关注的焦点。有人羡慕，有人嫉妒，有人称赞，更有人暗自慨叹自己怎么没有机会吸引众人的视线。然而，你是否想过，这些经理、主管其实在升职以前就已经靠自己的表现吸引了公司高层的注意，而升职，只不过是这个过程的自然结果而已。当然，想要赢得关注绝非易事，但只要你也想加薪的话，就决不能在企业中如同空气一般让人视而不见，而是应努力抓住领导和同事们的视线，从而获得提升的机会。

美国钢铁大王卡内基小的时候就曾受过一次深刻的“注意力经济学”的教育。有一天，卡内基放学回家的时候经过一个工地，看到一个老板模样的人正在那儿指挥一群工人盖一幢摩天大楼。卡内基走上前问道：“我以后怎样才能成为像您这样的人呢？”老板郑重地回答：“第一，勤奋当然不可少；第二，你一定要买一件红衣服穿上！”“买件红衣服？这与成功有关吗？难道红衣服可以带给人好运？”“是的，红衣服有时的确能给你带来好运。”老板指着那一群干活的工人说，“你看他

们每个人都穿着蓝色的衣服，我几乎看不出有什么区别。”说完，他又指着旁边一个工人说：“你看那个工人，他穿了一件红衣服，就因为他穿得和别人不同，所以我注意到了他，并且通过观察发现了他的才能，正准备让他担任小组长。”

确实，在职场中，资源是有限的，这就决定了在社会中，只有少数人能享受到多数的资源。为此，如果有谁能够采取“万绿丛中一点红”的策略，谁就能由此受益，使自己在职场的博弈中脱颖而出。

英特尔公司前总裁格鲁夫在1996年就指出：全世界将会展开一场争夺眼球的战争，谁能够吸引更多的注意力，谁就能够成为下个世纪的主宰。

随着媒体的发展，“注意力经济”的效应也变得无处不在，最典型的成功的例子不得不数足球明星贝克汉姆，贝克汉姆谱写了一个堪称现代最完美的童话：足球场上最锋利的“尖刀”、女性心目中最完美的王子。贝克汉姆在商业运作及成功包装下，最大程度地吸引了人们的眼球，吸引了人们极有限的注意力，同时也给自己和社会带来很多的经济点。

从经济学上来讲，注意力经济是指最大限度地吸引用户或消费者的注意力，通过培养潜在的消费群体，以期获得最大的未来商业利益的经济模式。在这种经济状态中，最重要的资源既不是传统意义上的货币资本，也不是信息本身，而是大众的注意力，只有大众对某种产品注意了，才有可能让消费者购买该产品，而要吸引大众的注意力，最重要的手段之一就是视觉上的争夺，因此，注意力经济也被称为是“眼球经济”。

众所周知，老板在提拔员工时，当然会把机会留给那些给其留下良好印象的人。而在这个过程中注意力就起到了很大的作用。因此，在企业里，如果一个职员能及早地应用“注意力经济”，控制领导的注意力消费，从而推销自己，那么晋升的可能性就会变得很大。相反，那些未曾消费过领导多少注意力的员工，其提升空间则要小许多。

当今社会是一个崇尚创新的社会，我们的这个时代更是一个崇拜力量和敬仰造势的时代，任何与庞大有力、引人注目等有关联的事物自身就是成功的一种标志。



因此，在现实的职场上，能够有效利用这种“注意力经济”来抓住他人的眼球的人，往往是那些职场中的达人。可见，经济学不仅仅是一门纯属理论而不实用的学科，它的很多观点放在职场中，也有着巨大的现实意义。



经济学指导你的生活：

在眼球决定口袋的今天，谁能抓住别人的眼球，谁就能给自己带来丰厚的经济效益。职场也是一样，平凡的职员要想吸引别人的眼球，那么你就要善于打造自己职场的亮点，吸引上司的注意，从而使自己脱颖而出。



忠诚比能力更加重要——非稀缺经济

现实的经济往往是由非稀缺经济和稀缺经济构成的。相比于稀缺经济，非稀缺经济或许不是起到关键的作用的，不过它却成为经济的重要组成部分。这种非稀缺经济不仅仅在经济生活中产生着巨大的作用，同时在我们的职场上也有着重要的指导作用。在职场中，员工的能力是稀缺资源，而忠诚是非稀缺资源。而在现实中，忠诚似乎已经成为比能力更加重要的东西。

一直以来，传统经济学都这么认为，没有稀缺就没有经济学。但实际上，没有非稀缺照样没有经济学，而且从一定意义上可以说，非稀缺资源比稀缺资源更为重要。一个经济体的质量主要由非稀缺经济相对于稀缺经济的比重决定，非稀缺经济的比重越大，经济的质量越好。

对于非稀缺经济，或许很多的人会觉得疑惑，什么是非稀缺经济？举个例子，奔驰轿车与桑塔纳轿车所耗原料差不多，但价值相差数倍。为什么？因为二者的设计、工艺和生产流程及品牌价值不同。奔驰轿车之所以贵，就贵在它的设计、工艺、流程及品牌上。我们知道，原料是稀缺的，对稀缺资源需求的不断上升导致其价格的不断上涨。但设计、工艺、流程和品牌是非稀缺的，它们一旦通过一个起始成本生产出来之后，就可以以零成本无限复制，对它们的需求增加没有资源约束，其产量完全由需求决定，需求即生产。因此，对奔驰轿车需求的上升，不仅不会导致其设计、工艺、流程和品牌供应的短缺从而推高其价格，反而会使其设计、工艺和流程的单位成本下降，降低其价格。不过，值得一提的是，在现实的职场中，这种非稀缺经济也被大为运用。

如果从职场的角度上来讲，员工的能力是稀缺资源，而忠诚是非稀缺资源，但



是很多时候，忠诚比能力更重要，并且忠诚产生的效益将不可估量。

随着经济的发展，员工的忠诚这种非稀缺资源，越来越受到很多公司的重视。电子巨头索尼公司的用人标准中有这样一句话：“如果想进入公司，请拿出你的忠诚来。”这是每一个想进入索尼的应聘者常听到的一句话。索尼公司认为：一个不忠于公司的人，再有能力也不能录用，因为他可能为公司带来比能力平庸者更大的破坏。

人力资源专家曾经指出，如果结果是一个函数的话，能力就是决定幅度的参数，而忠诚则是决定方向的参数。我们知道，一个人的能力越高，如若缺乏忠诚，其创造的结果就越背离企业的目标。

也因此，许多公司老板宁要一个才能一般，但是忠诚度高、可以信赖的员工，也不愿意接受一个极富才华和能力，但却总在盘算自己的“小九九”的人。小华是一个大学刚毕业的男孩，在刚进入公司不久领导就发现他有欺上瞒下的性格，业务也是半路出家谈不上精通。不过，他对领导交代的事情绝对是第一时间办得妥妥当当的，对底下的员工却经常没个好脸色对待，听到他以不耐烦的话语对待同事或下级员工真的不是一两次，但就是这样在同事中不受好评的人，领导却依然很看重，并已经有提拔的意思透露了出来，这也让很多人想不通。后来才知道，因为小华一直以来对公司都很忠诚，公司经过了几次的危机，小华一直都不离不弃与公司患难与共。忠诚成为他在领导眼中的一个重要的品牌。

当然，我们并非否定能力一味追逐忠诚，只是一个聪明的领导会在能力与忠诚之间选择一个恰当的平衡点。而职场上两个因素能达到双高，当然是一种皆大欢喜的好局面。不过，若不能，就会在两者之间有所偏重，在能力与忠诚的天平之间增减砝码，很多领导往往会选择放在忠诚这一边。现实中，如果个体对组织不忠诚，他可能就不按照组织的命令去进行行为选择，将不利于组织目标的实现。如同军队打仗一样，只有上下一心，才能保证在战争中取胜。而如果集体中的不同的人各有各的打算，就会出现混乱的情况，被对手打败。这就是这种非稀缺资源在现实中的重要作用。

李明是一家软件公司的工程师，在业界小有名气。2009年李明离开了该公司，准备进入一家新的实力更加雄厚的公司继续从事软件开发工作。由于新公司与原公司业务相关，新公司经理在面试的时候要求他透露一些他主持的原公司开发项目的情况，但李明马上回绝了这个要求。理由很简单：“尽管我离开了原来的公司，但我没有理由背叛它，现在和以后都是如此。”

第一次面试就这样不欢而散。出人意料的是，就在李明准备寻找新的公司时，却收到了直接录用的通知，上面清楚地写着：你被录用了。因你的能力与才干，还有我们最需要的——维护公司利益。作为公司的一分子，你必须清楚地认识到，你的任何行为和语言，无不关系到公司的形象和发展。

可见，现实中的这种内在非稀缺资源很重要，它将影响整体局势的运行。上面的例子就充分阐释了职场中忠诚这种非稀缺资源的重要性。也因此，开发自己的非稀缺资源也是职场上不断走向成功的一个重要的手段。作为职场中的男人，你要善于发掘自己的非稀缺资源，发展自己在职场中的非稀缺经济点，使之成为自己职场升职加薪的法宝。

经济学指导你的生活：

非稀缺资源，虽不像稀缺资源那样无可替代，但是在职场中，相对于能力这种稀缺资源，忠诚这种非稀缺资源却往往起着重要的作用。

没有卑微的工作，只有卑微的心态——充分就业

在经济学上，充分就业也被称为完全就业，它指的是除了正常的暂时不就业，所有的人都找到合适的工作，没有浪费的现象。在职场中，很多的男人对于工作总是抱着挑剔的态度，对于辛苦一点儿的工作他们嫌累，对于一般的工作他们觉得不值得一干，然而却使自己一直处于失业状态。这就是他们没有认识到充分就业的结果。其实，世上本没有卑微的工作，只有卑微的心态。

充分就业是由英国经济学家凯恩斯于1936年在其著作《就业、利息和货币通论》中提出的概念。凯恩斯指出，充分就业并非人人都有工作。失业可以分为由于需求不足而造成的周期性失业和由于经济中某些难以克服的原因而造成的自然失业。实现了充分就业时的失业率称为自然失业率，或称充分就业的失业率，或长期均衡的失业率。据经济学家分析，在正常的经济发展情况下充分就业率应该是就业率在95%以上。

“充分就业”实际上是一个有多重含义的经济学术语。历史上曾被描述为不存在（或仅存在最少量）非自愿失业情况下的就业水平。而今天，经济学家用最低可持续失业率概念来描述可以长期持续的最高的就业水平。

从经济学上来讲，一个国家的整体的就业率与人们就业观念有着密切的关系。对于社会的就业问题，西方的一个社会学家曾经套用了鲁迅先生的一句话，社会中的就业点就像海绵里的水，完全掌握在个人的手中，只要你肯去挤就会有的。

可见，从某种程度上来讲，失业与就业的关键还是在个人的，特别是个人的心态。我们经常看到一些人对工作的要求几近苛刻，福利不好的不想干，工作强度高的嫌累，工作风险高的，害怕担责任。结果挑来挑去还是没有找到工作，白白浪费

社会就业资源。这一切源自于自己的工作态度不端正。

日本有个叫野田圣子的人，刚参加工作时，曾在帝国酒店当职员。职业培训期间，她负责清洁厕所。圣子从来没有干过这种脏活，一伸手下去就恶心得想呕吐。

有一天，一位与圣子一起干活的前辈擦完马桶后，居然盛了满满一杯厕所水一饮而尽！前辈意在向她证明：他清洁过的马桶，干净得连水都能喝。

这件事对圣子教育极深，她意识到没有极端认真负责的态度，就没有资格肩负起任何社会职务。于是她当时就下定决心：就算是一辈子洗厕所，也要做一个最出色的洁厕人。培训结束那天，圣子擦完马桶后，照样盛了一杯厕所水喝下。后来，圣子当上了日本的内阁大臣，时年仅37岁，是内阁最年轻的阁员，也是唯一的女性。谁能想到，内阁大臣的生活道路，竟是从洗厕所开始的。

可见，这个世界，没有卑微的工作，只有无知的心态。我们常常听到身边的人抱怨说：这种小事也让我去做，真是丢死人了。做这种工作哪有出息啊？我宁可在家里闲着，也不去受那份罪。其实，他们恰恰忘了：每个工作都有它的价值所在，工作没有高低贵贱，只有做得好或者是不好。

其实，生活中的每一件事都值得我们用心去做，我们没有理由看低看贱自己的工作。世界上没有可藐视的工作，也没有低贱的工作，只有卑微的工作态度，我们的工作态度完全在于我们自己。只有不看轻自己工作的人，才会成就大事，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

大学毕业那年，陈明明被分到英国大使馆做接线员。在很多人眼里，接线员是一个很没出息的工作，然而陈明明却在这个普通的工作岗位上做出了不平凡的业绩。他把使馆所有人的名字、电话、工作范围甚至连他们家属的名字都背得滚瓜烂熟。当有些打电话的人不知道该找谁时，他就会多问，尽量帮他们准确地找到要找的人。慢慢地，使馆人员有事外出时并不告诉他们的翻译，只是给他打电话，告诉他谁会来电话，请转告什么等等。不久，有很多公事、私事也开始委托他通知，使他成了全面负责的留言点的大秘书。

有一天，大使竟然跑到电话间笑咪咪地表扬他，这可是一件破天荒的事。结果



没多久，他就因工作出色而破格去给英国某大报记者处做翻译。该报的首席记者是个名气很大的老太太，得过战地勋章，授过勋爵，本事大，脾气大，甚至把前任翻译给赶跑了。她刚开始时也不接受陈明明，看不上他的资历，后来才勉强同意一试。结果一年后，老太太逢人就说：“我的翻译比你的好上10倍。”不久，工作出色的陈明明又被破例调到美国驻华联络处，他干得同样出色，不久即获外交部嘉奖……

当你在为公司工作时，无论你在哪个位置上，都不要轻视自己的工作。小事情其实正是大事业的开始。既然接受了这个职业，接受了这个岗位，就必须接受它的全部，而不仅仅只享受它给你带来的好处和快乐，就算是屈辱和责骂，也是这个工作的一部分。

那些在工作中推三阻四，老是埋怨环境，寻找各种借口为自己开脱的人，对这也不满意，对那也不满意的人，往往是职场的被动者，他们即使工作一辈子也不会有成就感。他们不知道用奋斗来改善工作，而只是一味地等待。

所以说，要实现社会的充分就业，不仅需要我们的政府加强经济的调控力度，不断地优化就业结构，促进社会的就业和再就业。更需要我们不断地加强自己的就业观念的转化，改变以往“铁饭碗”、“好工作才干的”的传统就业观念。



经济学指导你的生活：

世界上没有卑微的工作，只有卑微的心态。其实，就业与待业往往取决于自己的心态，只要你摆好工作的心态，那么，即使在平凡的岗位上你也会做出不平凡的业绩来。



你为什么总是原地踏步——内卷化效用

现实的职场上万象丛生，有的男人“士别几日即刮目相看”，从刚开始的不起眼的小职员攀升到公司的重要职位；而有些男人，却原地不动，多少年过去了却一切照旧。一样的职位一样的工薪，一样的心态。其实，这种原地不动的现象就是经济学上的“内卷化现象”，也被称为内卷化效用。

20世纪60年代末，一位名叫利福德·盖尔茨的美国人类文化学家，曾在爪哇岛生活过。不过，这位长期住在风景名胜里的学者，无心观赏诗画般的景致，却潜心研究当地的农耕生活。他眼中看到的都是用犁耙收割庄稼，原生态农业在维持着田园景色的同时，长期停留在一种简单重复、没有进步的轮回状态，日复一日，年复一年。这位学者把这种现象冠名为“内卷化”。

此后，这一概念便被广泛应用到了政治、社会、经济、文化及其他学术研究中。“内卷化”作为一个学术概念，意指一个社会或组织既无突变式的发展，也无渐进式的增长，长期以来，只是在一个简单层次上自我重复。作为学术概念，其实并不深奥，观察我们的现实生活，就有很多这样的“内卷化效用”。

在现实的生活中，内卷化效用无处不在，大到一个社会，小到一个组织，微观到一个人，一旦陷入这种状态，就如同车入泥潭，原地踏步，裹足不前，无谓地耗费着有限的资源，重复着简单的脚步，浪费着宝贵的人生。

如果你陷入到内卷化的泥沼，你就会在一个层面上无休止地原地踏步、自我消耗、自我重复而不向前发展。

马克在一家广告公司做行政助理已经有两年了，公司虽然不大，但在广告行业里也小有名气，但让马克一直忧虑的是：公司不断引进新员工，而他依旧是个“不



“起眼”的行政助理，工作两年了，职业生涯停滞不前。

杰克森刚参加工作时是位销售高手，业绩骄人，拿的业绩奖励在同级别的销售员中是领先的。但几年下来，身边一起进来的同事由于进步飞快，慢慢提升，而自己却总是停留在原来的水平上，原地踏步。

的确常常是这样，取得成功其实并不难，难的是把成绩归零，从新开始。正如默多克所说：“每当我站在一个成功的顶峰时，我就反复提醒自己不能总在原地踏步、故步自封，所以我只能勇敢再向前迈步。”

无论是社会组织还是个人，进入内卷化状态，根本原因就在于精神状态和思想观念。人们常说，信心决定命运，观念决定出路。一个人如果总是自怨自艾，不思改变、不求进取、不谋开拓，只能是原地不动，还有可能倒退。

古希腊有一位著名的思想家曾经说过这样的话：

有两类人注定一生一事无成：一类是没有勇气放弃那耕种已久但荒芜贫瘠的土地，再去寻找那肥沃多产的田野；另一类是一生都在奔波寻找肥沃多产的田野，从来都不低头认真耕耘脚下那片丰腴的沃土。这世界上还有一类人，不仅低头认真耕耘脚下的沃土，而且还不忘抬头寻找更肥沃的田野，同时梦想成为一位地主——耕田人的管理者。然而这类能够实现成功梦想的人毕竟是寥若晨星，其原因就是有想法而缺少正确的做法。

福特公司的路易斯·罗斯有一个著名的观点：在你的职业生涯中，知识就像是牛奶一样是会有保质期的，如果你不能不间断地更新知识，那你在职场中也会快速衰落。现在的我们处在一个正在转变的社会，企业向学习型企业转变，组织向学习型组织转变，整个社会也正在向一个新的学习型社会转变，在这样的社会中，如果你惰于学习，无疑等于故步自封，为自己的职业生涯埋下隐患。

我们常常说，一个人的视野决定了他的命运。如果你认为你这辈子就是一个小职员，那么你这辈子可能真的就在这个职位上低头工作，你将在自怨自艾中度过一生；相反如果你认为你这辈子能有大的作为，那么你就会为你的目标付出行动，到时也许会真的有所作为。



基思·鲁珀特·默多克出生于澳大利亚，父亲是当地著名的战地记者和出版家。在父亲的影响下，默多克早年就对新闻行业充满无限兴趣。默多克毕业之时，父亲的产业面临拍卖，他毅然回家掌管父亲的产业，不到一年的时间，实现了扭亏为盈。为了实现他的新闻王国梦，默多克又果断地聘用从没有新闻从业经验的彼得。他用一种近似疯狂的管理模式加快向外扩张的速度，在他人生的第50个年头，他控制了澳大利亚的 $\frac{2}{3}$ 和英国 $\frac{1}{3}$ 的报纸发行量；此外，他还担任英美澳多家公司董事长。

总而言之，一个人要摆脱内卷化效用，就要先确信自己是否还有上进的志气。如果有，那就再看看自己掌握的技能是否纯熟。精益求精，发挥极限，这样才能最大限度地提升自己。或者下决心钻研，或者再去接受培训，都非常必要。除此之外，再分析一下自己所处的人际环境。要切记，走出职场的内卷化，要靠自身力量。这种力量来自于强烈的求知欲望和顽强的上进精神。只有充分发挥自身力量，才能突破自我、超越自我，从而使得职业生涯呈现出一片勃勃生机。

在这个充满激烈竞争、工作压力倍增的社会里，职业生涯停步不前就意味着倒退，自古云：“逆水行舟不进则退。”职场上如此，我们的生活更是这样。

经济学指导你的生活：

内卷化对每一个人的资源消耗都是巨大的，包括时间、精力和意志。只有充分发挥自我的力量，改进自己的观念，提升自己的能力，才能走出内卷化的泥潭，为个人的职业开拓出新天地。



用最简便的方式解决问题——奥卡姆剃刀

用最简捷的方式去高效地解决问题，这似乎已经成为生活中很多高效率男人的追求，特别在职场生活中，这也是一名员工工作能力的表现。这种用最有限的时间和物质资源，有效便捷地去解决问题的方式，在经济学上被称为奥卡姆剃刀。

经济学中的奥卡姆剃刀是由英国哲学家奥卡姆所提出来的。他在主张的唯名论中说：“切勿浪费较多东西去做用较少的东西同样可以做好的事情。”简单来说，奥卡姆剃刀原理就是：保持事情的简单性，抓住根本，解决实质。

奥卡姆剃刀的出发点就是：大自然不做任何多余的事。如果你有两个原理，它们都能解释观察到的事实，那么你应该使用简单的那个，直到发现更多的证据。一般来讲，对于现象最简单的解释往往比复杂的解释更正确。不管是生活中还是工作中，当你遇到问题的时候，如果你有两个类似的解决方案，选择最简单的、需要最少假设的方案最有可能是正确的。简单地说话，把烦琐累赘一刀砍掉，让事情保持简单。

在现实的工作中，如果你有两个类似的解决方案，选择最简单的。这样不仅能给你节约时间资源、人力资源和物力资源等等，更能给你带来更加高效的工作效果。

有个人要在办公室里钉一幅画，请一位员工来帮忙，画布已经在墙上展好，正准备砸钉子，这个员工却说：“这样不好，最好钉两块木板，把画挂在上面。”该员工找来锯子还没锯两三下，又说：“不行，这锯子，得磨一磨。”于是，他丢下锯子去拿锉刀。锉刀拿来了，他又发现在使用锉刀之前，必须得给锉刀安个把柄。为此，他拿起斧头到郊区的一个灌木丛里去寻找小树。就在要砍树时，他又发现生



满老锈的斧头实在是不能用，必须磨一下……当这个员工为磨斧头找不到磨刀石，又去为买锯子而忙乎时，其实，画早已钉在了墙上。

当你着手从事一份工作时，你要先动脑，想想这件事情能不能用更简单的方法去做，而不是急急忙忙去动手，以致白白忙碌了半天，却解决不了问题。很多时候，学会把问题简单化，才是一种大智慧。

在某大学的一个科研室里，很多的研究人员正为了弄清一台机器的内部结构而着急。这台机器里有一个由100根弯管组成的密封部分。不过，如果要弄清内部结构，就必须弄清每一根弯管的入口与出口。也因此，大家想尽了一切办法，甚至动用某些仪器探测机器的结构，但效果都不理想。

后来，一位在学校工作的老花匠，提出一个简单的方法，很快就将问题解决了。而出人意料的是，老花匠所用的工具，竟然只是两支粉笔和几支香烟。不过，他的具体做法是：点燃香烟，吸上一口，然后对着一根管子往里喷。在喷的时候，在这根管子的入口处写上“1”。这时，让另一个人站在管子的另一头，见烟从哪一根管子冒出来，便立即也写上“1”。按照这样的方法，工作人员不到两个小时便把100根弯管的入口和出口全都弄清了。可见，在现实的工作中，面对任何问题我们应该首先要考虑的是用最简便的方法，当问题可以简单而有效地解决时，我们根本没有必要再画蛇添足。

奥卡姆剃刀是最公平的刀，无论科学家还是普通人，谁能有勇气拿起它，谁就是成功的人。现实中可以运用奥卡姆剃刀的地方有很多，然而很多人还是不能摆脱烦琐的程序去处理问题。其实，只要能勇敢地拿起“奥卡姆剃刀”，把复杂事情简单化，你就会发现人生其实很简单，成功其实离你也并不远。

经济学指导你的生活：

用最简便的方式解决问题是我们工作中的一个重要的追求。我们只有抓住工作的要点，从根本上去解决问题这样才能更有效率地将事情处理好。多出来的东西未必总是有益的，相反地，把事情复杂化很容易使我们陷入自己制造的麻烦里。



让自己的价值不可代替——稀缺价值

稀缺性往往能够增加商品本身的价值，从经济学的角度上来讲，这就是稀缺价值。稀缺是经济物品的显著特征之一。经济学上的稀缺性在职场中经常见到，聪明的人总是善于利用稀缺性把自己打造成不可替代的员工。

经济学上，所谓的稀缺，并不是绝对的数量多少，而是指相对于人们无限多样、不断上升的需求来说，用以满足这些需求的多寡，即有用的资源总是相对不足的。简而言之，长时间的“供不应求”即为“稀缺”，而“稀缺”的最直接表现就是商品或人才的“价格的不断攀升”。这正如古语所云：“物以稀为贵。”用我们现在的经济学理论来解释就是，当市场上的某种商品的数量比较少时，在需求量一定的情况下，其价格就会升高。

经济生活上的“稀缺”二字，代表着两种不同的含义。一个是稀有的，另一个是紧缺的，有人说满足其中任何一个条件就是稀缺。不过，更让大家认可的观点应该是两者的结合。资源的稀缺性在职场生活中越来越受到人们的重视，也被广泛地运用。现实中很多的员工用自己的不可替代性来诠释自己在职场的稀缺性，从而为自己的职场成功打下了基础。

一位成功学家曾聘用一名男孩子当助手，替他拆阅、分类信件，但是，薪水与相关工作的不相同，有一天，这位成功学家口述了一句格言，要求男助手用打字机记录下来——“请记住：你唯一的限制就是你自己脑海中所设立的那个限制。”

这位男助手将打好的文件交给老板并且有所感悟地说：“你的格言令我深受启发，对我的人生大有价值。”这件事并未引起成功学家的注意，但是，却在男助手心中打上了深深的烙印，从那天起他开始在晚饭后回到办公室继续工作，不计报酬

地干一些并非自己分内的工作——譬如替老板给读者回信。

他认真研究成功学家的语言风格，以至于这些回信和自己老板写得一样好，有时甚至更好，他一直坚持这样做，并不在意老板是否注意到自己的努力，终于有一天，成功学家的秘书因故辞职，在挑选合适人选时，老板自然而然地想到了这个男助手。

在没有得到这个职位之前已经身在其位了，这正是男助手获得提升最重要的原因，当下班的铃声响起之后，他依然坚守在自己的岗位上，在没有任何报酬承诺的情况下，依然刻苦训练，最终使自己有资格接受更高的职位。

故事并没有结束，这个男助手如此优秀，引起了更多人的关注，其他公司纷纷提供更好的职位邀请他加盟。为了挽留他，成功学家多次提高他的薪水，与最初当一名普通速记员时相比已经高出了四倍，对此，做老板的也满心欢喜，因为男助手不断提升自我价值，使他变得不可替代了。

可见，职场上无论你目前从事哪一项工作，每天一定要使自己获得一个机会，使你能在平常的工作范围之外，从事一些对其他人有价值的服务，尽量使自己成为不可替代的员工。不管怎么说，在现实生活中，稀缺的东西往往体现出增值的趋势，与其他的非稀缺物相比它具有巨大的市场吸引力。

两匹马各拉一辆木车，前面的一匹走得很好，而后面的一匹常停下来东张西望，显得心不在焉。于是，人们就把后面一辆车上的货搬到前面一辆车上去，等到后面那辆车上的东西都搬完了，后面那匹马便轻快地前进，并且对前面那匹马说：

“你辛苦吧，流汗吧，你越是努力干，人家越是要折磨你，真是个自讨苦吃的笨蛋！”

来到车马店的时候，主人说：“既然只用一匹马拉车，我养两匹马干吗？不如好好地喂养一匹马，把另一匹马宰掉，总还能拿到一张皮吧。”于是，主人把这匹懒马杀掉了。

把马换成人，雇主当然不会把不称职的员工杀掉，但他肯定会解雇他，而剩下的那匹马，似乎表现得是“自讨苦吃”，但后来却成为主人不可替代的拉车马匹。



在现实的职场上，我们要做那只无可替代的马，不要做那只把自己推到绝路的马。人才总是为社会所需要，你能给自己最好的推荐方式就是以正确的心态做出最优秀的成绩，如果你能找出更有效率、更好的办事方法，你就能提升自己在老板心中的地位，成为老板心中不可替代的员工。

不可替代从经济上来讲就意味着稀缺性。也因此，职场上聪明的男人要善于用经济的思维武装自己，学会打造职场的稀缺性，从而提升自己的职场价值。



经济学指导你的生活：

稀缺并不是绝对的数量多少，而是指相对于人们无限多样、不断上升的需求来说，用以满足这些需求的多寡，即有用的资源总是相对不足的，稀缺就意味着价值量的上升。因此，人们要善于打造自己的职场稀缺性，让自己成为一个有专业能力或者专业知识的人才，这样才能提升自己职场的价值。

职场新人怎样度过适应期——蘑菇定律

蘑菇是一种长在阴暗的角落的植物，它得不到阳光，也没有肥料，默默无闻，以至于长到足够高的时候才能被发现并得到关注，也是此时它自己已经能够接受阳光了。因为蘑菇的生长特性，我们把蘑菇的这种成长历程引申为我们生活中的蘑菇定律。这种蘑菇定律的现象在现实的职场中是最常见不过的，特别是对于刚进入社会的很多男孩子来说，是一个必经的阶段。

“蘑菇定律”最早是一个网络用语，它指的是初入世的人，常常会被置于阴暗的角落而不受重视，仿佛蘑菇的培育，不但默默无闻，还要被冷落。大部分初入集体、名不见经传的人，初期都要接受各种无端的批评和指责，代人受过而得不到应有的指导和提携，处于自生自灭的状态。蘑菇生长必须经历这样一个过程，这个道理也同样适用于人，俗话说“要想做婆婆，就先做媳妇”，就是这个道理。这就是蘑菇定律，也叫萌发定律。

20世纪70年代，美国一批电脑程序员意外发现，一批刚从学校毕业的“天之骄子”参加了工作，这些天马行空、独来独往的年轻人面对令人窒息的工作环境很难适应。同样，现在很多大学生走出校园都抱着很高的期望，认为自己应该得到重用，应该得到丰厚的报酬，抱着这种想法的后果就是：工资成了衡量彼此价值的唯一标准（这种只考虑当下的想法显然是错误与幼稚的）。他们一旦得不到重用，也达不到理想的收入，在校园编织的梦想就会轻易破灭。这时就容易失去信心，失去工作的热情，进而以消极的态度对待工作。所以，调整心态就显得特别重要。

然而，在当今社会总有许多刚刚步入社会的年轻人为了获得上司和同事的关



注，急于表现，发表轻率的言论。这不但不能引起人们的注意，相反还会引起老员工的反感，留下夸夸其谈、不懂装懂的印象。要知道，蘑菇出世没有人会刻意注意，相反在磨掉棱角适应社会，在最单调的工作环境中学习，认真对待每一件事情，多做事少抱怨，主动自发地学习，在不被人注意的时候时刻激励自己，积蓄力量。

绝大多数人都要经历蘑菇的萌发过程。但是，萌发的时间过长，就会被人认为是庸才或无能者。所以，要善于表现自己，寻找机会脱颖而出。找到自己的定位，选择自己的道路，在组织中把忠于集体放在首位，通过坚持不懈的努力获得成功。

卡莉·费奥里娜从斯坦福大学法学院毕业后，第一份工作是在一家地产经纪公司做接线员，她每天的工作就是接电话、复印、打字、整理文件。尽管父母和朋友都表示支持她的选择，但很明显这并不是一个斯坦福毕业生应有的本分。不过，她毫无怨言，在简单的工作中积极学习。一次偶然的机会，几个经纪人问她是否还愿意干点别的什么，于是她得到了一次撰写文稿的机会，就是这一次，她的人生从此改变。这位卡莉·费奥里娜就是惠普公司前CEO，被尊称为世界第一女CEO。

古人云：“吃得苦中苦，方为人上人”、“天将降大任于是人也，必先苦其心志，劳其筋骨、饿其体肤”。吃苦受难并非是坏事，特别是刚走向社会步入工作岗位，当上几天“蘑菇”，能够消除很多不切实际的幻想，也能够对形形色色的人与事物有更深的了解，为今后的发展打下坚实的基础。“蘑菇”经历对于成长中的年轻人来说犹如破茧成蝶，如果承受不起这些磨难就永远不会成为展翅的蝴蝶，所以平和地走过生命中的这一“蘑菇”阶段能够汲取更多的经验，让你尽快成熟起来。

对年轻人来说，从基层做起，从最琐碎的事情做起，是必不可少的阶段。对个人而言，才华不是光靠读书就能读出来的，相反是在实践中一点一滴积累出来的。只要有心，工作时间一长，你就会发现，机会实际上就在日常琐事之中。



李进大学毕业刚到公司的时候，被分配到市场部。他每天的工作就是整理下属分公司报上来的数据和表格，材料整理完之后要及时交给部门经理，然后与其他相关材料一起呈送给总经理。看上去，这项工作再简单不过了，不光是简单，而且连在例会上发言的机会都没有。看起来，他的工作内容都是琐碎的事情，什么开会、接电话、写报告、整理文件，没有一样是“正经事”，更不用说展示自己一身的才华了。别人都是忙忙碌碌，业务成绩斐然，自己却无所事事，真让人着急。

尽管如此，李进还是一丝不苟地干着。他认真分析每天报上来的数据，从中寻找、判断一些应该得到注意的东西。功夫不负有心人。有一天，在一次会议上，大家讨论一个问题的时候涉及一个关键性数据，可是，愣了半天，没人能说得上来。这时候李进举手发言，不仅讲清了事情的来龙去脉，而且还提出了自己的见解。经理大吃一惊，从此对他刮目相看。后来，李进很快成为市场部的一个主管，工作很有起色，领导对他也颇为赏识。

其实，不仅年轻人是这样，就是老员工也是如此，只有从事具体的看似琐碎的工作，才能获得真正的发言权。这个世界不需要高高在上的人物，尤其是不需要刚刚步入职场的高高在上的年轻人。脚踏实地是出人头地的一个必备条件，所以初入社会的年轻人，完全不必顾虑或者害怕自己会被埋没。在初入社会的时候，应该有从基层干起的目标和打算。即便遭遇一些委屈和不满，也要相信自己总有一天会破茧而出。

如今就业形势非常紧迫，刚出校门的毕业生由于没有从业经历，很难找到满意的工作，于是有些人选择了先就业后择业的道路。在社会上工作和在学校里生活有天壤之别，首先需要的就是磨去棱角适应社会，把年轻人的傲气和知识分子的清高去掉，摆正心态，放低姿态。这些社会新人如果明白蘑菇定律的道理，就能从最简单最单调的事情中学习，努力做好每一件小事，多干活少抱怨，更快进入社会角色，赢得前辈们的认同和信任，从而较早地结束蘑菇时期，进入真正能发挥才干的领域。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

刚刚踏入社会的职场新人，会抱着不切实际的幻想，期望着拥有一份挑战及乐趣并存、薪酬丰厚的职业，然而事实上，初涉职场的年轻人由于缺少经验或者能力有限等原因，很难委以重任。而当期望与现实发生矛盾时，便又往往失去对工作的热情，工作时容易采取敷衍了事应付的态度，因此，职场新人应调整心态，踏踏实实做事，抱着学习的态度，这样才能尽快地走出职业生涯的蘑菇期。



你对自己的工作感到满意吗——路径依赖

经济学上，路径依赖本是指一种制度一旦形成，不管是否有效，都会在一定时期内持续存在并影响其后的制度选择，就好像进入一种特定的“路径”，制度变迁只能按照这种路径走下去。路径依赖的现象无时无刻不在我们身边发生着，很多职场的男人也深有感触。

曾经有一个试验：有人将五只猴子放在一只笼子里，并在笼子中间吊上一串香蕉，只要有猴子伸手去拿香蕉，就用高压水教训所有的猴子，直到没有一只猴子再敢动手。然后用一只新猴子替换出笼子里的一只猴子，新来的猴子不知这里的“规矩”，竟又伸出上肢去拿香蕉，结果触怒了原来笼子里的四只猴子，于是它们代替人执行惩罚任务，把新来的猴子暴打一顿，直到它服从这里的“规矩”为止。试验人员如此不断地将最初经历过高压水惩戒的猴子换出来，最后笼子里的猴子全是新的，但没有一只猴子再敢去碰香蕉。起初，猴子怕受到“株连”，不允许其他猴子去碰香蕉，这是合理的。但后来人和高压水都不再介入，而新来的猴子却固守着“不许拿香蕉”的制度不变，这就是路径依赖的自我强化效应。

我们的经济学里面有一个路径依赖的理论，说的是一种自我强化和锁定的效应。著名的经济学家道格拉斯·诺斯是第一个提出路径依赖的人，他给路径依赖阐述的含义是：人类社会中的技术演进或制度变迁均有类似于物理学中的惯性，即一旦进入某一路径（无论是“好”还是“坏”）就可能对这种路径产生依赖。

不管是生活中还是职场上，我们经常会看到，当人们作出某种选择后，就好比走上了一条不归之路，惯性的力量会使这一选择不断自我强化，并让你不能轻易走出去。人们过去作出的选择决定了他们现在及未来可能的选择。好的路径会对人起



到正反馈的作用，惯性使人的发展进入良性循环；不好的路径会对人起到负反馈的作用，就如厄运循环，人们可能会被锁定在某种无效率的状态下而导致停滞。而这些选择一旦进入锁定状态，想要脱身就会变得十分困难。

曾经有人作过这样的一个试验：一个人往一个玻璃杯里放进一只跳蚤，发现跳蚤立即轻易地跳了出来。重复几遍，结果还是一样。根据测试，跳蚤跳的高度一般可达它们身体的10倍左右，所以跳蚤称得上是动物界的跳高冠军。接下来试验者再次把这只跳蚤放进杯子里，不过这次是立即在杯上加一个玻璃盖，“嘭”的一声，跳蚤重重地撞在玻璃盖上。

跳蚤十分困惑，但是它不会停下来，因为跳蚤的生活方式就是“跳”。一次次被撞，跳蚤开始变得聪明起来了，它开始根据盖子的高度来调整自己所跳的高度。再一阵子以后呢，发现这只跳蚤再也没有撞击到这个盖子，而是在盖子下面自由地跳动。一天后，试验者开始把盖子轻轻拿掉，跳蚤不知道盖子已经去掉了，它还是在原来的那个高度继续跳。三天以后，他发现那只跳蚤还在那里跳。一周以后发现，这只可怜的跳蚤还在这个玻璃杯里不停地跳着——它已经无法跳出这个玻璃杯了。其实，跳蚤在后来无法突破以前的高度是因为产生了路径依赖。

这种路径依赖的例子在我们的生活中屡见不鲜，最简单的例子就是人云亦云，因循守旧。坚持经验不变是行不通的。因为过去的经验是过去的时间、地点、环境下的成功做法，随着时间、地点及环境等因素的变化，那些经验已经不适应目前的具体情况了。必须具体问题具体分析，适时创新、不断探索新的经验和做法。倘若不能因时、因地、因事地变更自己的想法，虽然眼前可能仍有小成功，但未来永远不会取得大成就，甚至会招致灾难。

一头驴子背盐过河，在河边滑了一跤，跌在水里，背上的盐溶化了。驴子站起来，感到身上轻松了许多。驴子非常高兴，获得了经验。后来有一回，它背了棉花，以为再跌倒，可以同上一次一样。于是走到河边的时候，便故意跌倒在水里。可是棉花吸收了水，驴子非但不能站起来，反而一直往下沉，直到淹死。

职场上，其实我们不也经常如此吗？像驴子一样的蠢人总是屡见不鲜。从古到今，因抱着不合时宜的经验不放而失败者不乏其例。其实，成功的经验固然有其可取之处，然而一味地固守也足以败事。

“少成若天性，习惯如自然。”在职业生涯中，无法摆脱这种路径依赖，一旦选择了自己的人生宽度，那么你的人生轨道可能就只有那么宽。以后可能会对这个宽度不满意，但是却已经很难改变它了。唯一可以做的，就是在开始时慎重选择自己的宽度。

在职场上我们经常听到这样的对话：

“你对自己的工作感到满意吗？”

“不满意。”

“为什么不找一份令自己满意的工作呢？”

“现在的工作虽然不是最喜欢的，可是换一份全新的工作，需要投入很多时间和精力，要冒很大的风险。”

其实，这就是一种普遍的职场“路径依赖”现象。我们的身边总会有一些人整天在不停地抱怨工作，然而想到重新找一份工作的时候却总是习惯性地畏首畏尾，最后还是安于现状。

当然，如果说路径依赖是一种“魔咒”，那么只要有足够的勇气和信心，我们同样可以突破这一禁锢。当鲁豫在摩根士丹利做得蒸蒸日上，职业生涯趋于最高峰时，都能摆脱“路径依赖”，重新作出自己的选择，并在凤凰卫视打造出自己的一片天地，我们为什么不可以打破“魔咒”？当施瓦辛格在影坛叱咤风云，其名字如同原子弹爆炸一样响遍全球时，都可以重新选择以后的道路，走上政坛，我们为什么不可以突破内心的“顽疾”？

经济学指导你的生活：

人们对于目标所作出选择的时候，在很大程度上决定了他们现在乃至未来可能的选择。然而不好的路径会起到负反馈的作用，在低效率甚至是错误状态中恶性循



环。而这些选择一旦进入锁定状态，想要变轨脱身会变得十分困难，因此，职场上我们要善于突破因循守旧的思维，用创新改变自己。



杜绝做职场中的自私男——华盛顿合作定律

经济学的很多原理和规律在职场中被广泛地运用，在这些经济学的定律中，我们不得不提到华盛顿合作定律。那么，什么是华盛顿合作定律呢？

其实，“华盛顿合作定律”的意思是，一个人敷衍了事，两个人互相推诿，三个人则永无成事之日。其含义似乎有点类似于“三个和尚”的故事。当庙里有一个和尚时，这个和尚一切自己做主，做得很自在；当庙里有两个和尚时，他们通过协商可以自觉地进行分工合作，同样做得不错；不过，当庙里来了第三个和尚时，问题就出现了，谁也不服谁，谁也不愿意干，任何工作他们都相互推卸，最后弄得连最基本的水都没的喝。可见，人与人的合作不是人力的简单相加，而要复杂和微妙得多。

就像我们小时候学过的力学一样，作用于同一物体上的几个力的方向相同时，其合力就是这几个力的相加；如果作用于同一物体上的几个力方向不同，其合力就会总比这几个力的和少。然而事实上，人与人的合作有着和这相同的性质，但却又比普通的力的简单相加复杂和微妙得多：人与人的合作的现实中，假定每一个人的能力都为1，那么10个人的合作结果有时比10大得多，有时甚至比1还要小。人就像那些方向不同的力，当他们相互推动时自然能事半功倍，而当他们相互抵触时则一事无成。这在现实的职场中也是经常见到的。

华盛顿合作定律警醒人们，要记住一句话：功劳是大家的，责任是自己的。工作中有荣誉一定要记住与同事们分享，千万不要企图独自吞食。职场上即使你凭一己之力得来的成果，也不可独占功劳。如果你一个人独享成果，就会引起其他同事的反感，从而会为下一次合作带来障碍。这也是职场中你所要注意的一点。



现代社会是一个充满竞争的社会。当我们踏上工作岗位，我们面临的的就是同事之间的竞争。竞争的结果无非有两种，一种是它可以让你变得更优秀；而另一种或者是你不适应这种竞争，最终被淘汰出局。对于一个刚参加工作的人来说，也许对公司的一切都一无所知，这就需要你去看发现，去了解周围的同事。同时，周围的同事也在注视着你。因此，如果你想要在职场中立足，首先就是要用竞争的姿态去适应工作环境。不要因为竞争而丧失良好的印象，这需要你有个好的尺度去把握。

每个人都希望自己与荣誉和成功联系在一起，不过，如果你无视别人，就很难在职场立足。因此，不要感叹同事、上司和下属度量的狭小。其实，造成最后这种局面的根源还是在于你自己职场的处世方式。职场中你应该要注意的是，在享受荣耀的同时，不要忽略别人的感受。你应该充分地认识到这点，每个人都认为别人的成功中总有自己奉献的一份力量。如果你扬扬得意地认为这仅仅是你一个人的劳动，你的同事或者你的员工都当然不会因为如此自私的做法而感到舒服了。

一般来讲，职场的黄金原则就是要与同事合作，有福同享，有难同当。当你在职场上小有成就时，当然值得庆幸。但不要忘了那是大家的功劳。

袁豪是一家出版社的编辑，并担任该社下属一个杂志的主编。平时在单位里上上下下关系都不错，而且他还很有才气，工作之余经常写点东西。有一次，他主编的杂志在某评选中获了大奖，他感到荣耀无比，逢人便提自己的努力与成就，同事们当然也向他祝贺。但过了一个月，他却失去了往日的笑容。他发现单位同事，包括他的上司和下属，似乎都在有意无意地和他过意不去，并处处回避他。过了一段时间，他才发现，他犯了“独享荣耀”的错误。就事论事，这份杂志之所以能得奖，主编的贡献当然很大，但这也离不开其他人的努力，其他人也应该分享这份荣誉，而现在自己“独享荣耀”，当然会使其他的同事内心不舒服。

所以，当你在职场上有特殊表现而受到肯定时，一定不能独享荣耀，否则这份荣耀会为你的职场关系带来危险。当你获得荣耀后，应该学会与其他同事分享，正确对待荣耀的方法是：感谢他人、与他人分享、谦虚谨慎。

其实，在职业生涯中最圆滑的处世之道莫过于当你的工作和事业有了成就时，

千万记得不要独自享受。要让自己拥有团队意识，摒弃“自视清高”的作风，换之“众人拾柴火焰高”的职业意识。这样你的职场之路才能更加宽阔。

当你取得职场成功之后，如果大大方方地和同事分享功劳，一方面可以做个顺水人情，另一方面上司也会认为你很懂得搞好人际关系，而给你更高的评价，可谓一举两得。也因此，职场上我们要牢记华盛顿合作定律，学会用经济学的思维指导我们的职场生活。

经济学指导你的生活：

华盛顿合作定律警醒人们，要记住一句话：功劳是大家的，责任是自己的。工作中有荣誉一定要记住与同事们分享，千万不要企图独自吞食。如果你一个人独享成果，就会引起其他同事的反感，从而会为下一次合作带来障碍。



不做公司里最短的那块板——木桶理论

经济学上有一个著名的“木桶理论”。它是指一只水桶想盛满水，必须每块木板都一样平齐且无破损，如果这只桶的木板中有一块不齐或者某块木板下面有破洞，这只桶就无法盛满水。换句话说，一只水桶能盛多少水，并不取决于最长的那块木板，而是取决于最短的那块木板，“木桶理论”也被称为短板理论。短板理论在现实的职场往往被人们所接纳，在职场生活中，聪明的男人总是善于扬长避短，通过对自己职场的弱项进行强化，从而提升自己的整体能力。

木桶理论即美国管理学家彼得提出的“木桶原理”。经济学家经常使用这个木桶理论来说明在经济活动中，往往是最薄弱的环节影响整体的绩效，甚至会导致全面溃败。所以在资源配置的过程中，要实现配置的最优化，往往要在薄弱环节上下工夫。“木桶理论”在职场中被广泛地运用。也因此，我们经常可以看到，许多人自掏腰包参加各类培训辅导，四处“充电”，目的就是为了拾遗补缺，弥补自身知识的“缺陷”，即所谓的“短板”。

职场中，许多成功的员工，他们总是在工作中不断地努力学习，用自己的努力告别自己的短板。这些成功员工的例子告诉我们，与其靠死拼硬干来积累自己的财富，不如静下心来认真学习，全面、根本提升自己的竞争力。告别“短板”经历的诀窍就是不断学习。如果你每天花一个小时的时间用来学习你不知道的知识，那么在五年之后，你就会惊讶于它给你的生活带来的影响。

劣势决定优势，劣势决定存亡，这是职场竞争的残酷法则。木桶理论告诉职场中的男人，如果你身上某个方面是“最短的一块”，你应该考虑尽快把它补起来。否则，它带给你的损失可能是毁灭性的。有些时候，往往就是因为一件事没做好而

彻底毁了你所有的努力。不管你的职业是什么，如果你每年都能够彻底地反省一次，找出自己的缺点和阻碍自己进步的地方，那么你将会取得10倍于现在的成就。

正所谓“金无足赤，人无完人”，世界上的每一个人都有自己的优点和缺点，不可能完美无缺。很多人看到自己的缺点，就认为这是自己的短板，花费很大的精力和时间去改掉或者改善，最后提高了自己的整体实力。

著名的体育专栏作家阿科·沃尔德曾报道过这样一则体育趣闻：在美国女子网球单打比赛中，16岁的莫琳·康诺莉刚刚打败了顿丝·哈特。莫琳直落两盘，轻松取胜。要知道，顿丝·哈特可是温布尔顿网球公开赛的冠军，专家们评论她在和莫琳的比赛中已经发挥出了最高水平，但仍不是这个加州十几岁少女的对手。温网前冠军玛丽·哈德维克·哈尔走进餐厅，向莫琳表示祝贺，而莫琳却“肆无忌惮”地说：“玛丽，要是你30分钟内能准备好的话，我想和你再练练，我的反手接球有点弱！”结果，她们几乎打了一个小时。

但是第二天，莫琳还是再次赢得了全国冠军。沃尔德评论说：“这个来自加州圣迭戈的小姑娘的故事令人回味无穷。在胜利的辉煌时刻她却说‘我想再练练’。”在以后的日子里，莫琳·康诺莉还是一如既往地完善自己，这使得她能够在后来几年的网球比赛中一直保持冠军的地位。就是这样，关注自己的薄弱环节，可以让自己成为一个全面的职业选手。而如果我们始终觉得自己有一方面突出的优势就可以的话，我们必将被社会所淘汰。让自己的短板变长，才可以最终胜出。

你所要明确的是。最短的木板本是整体中一个有用的部分，只不过比其他部分差一些，你不能把它们当成烂苹果扔掉。而强弱只是相对而言的，无法消除，问题在于你容忍这种弱点到什么程度，如果严重到成为阻碍工作的瓶颈，那么你就不得不有所动作，注意修复自己的弱点了。补短才能扬长，这样才能齐头并进，获得成功。

所以，在加强木桶盛水能力的过程中，不能够把“高木板”和“低木板”简单地对立起来。每一个人都有自己的“高木板”，要学会发挥它的长处，把它放在适



合的位置上。

在我们日常的生活中，长处只是表明你有多优秀，仅此而已，并不能代表你在这方面就一定能够有所作为，然而你的短处则往往决定你在这方面成就的大小。

所以，不管是在职场上还是在社会上，你都要善于发现自己的长处和短处，不仅要做到扬长避短，更要加强改进那一块“短板”，提高自己整体的能力，才不会在激烈竞争中被淘汰。

经济学指导你的生活：

劣势决定优势，劣势决定存亡，这是职场竞争的残酷法则。木桶理论告诉所有的职场人，如果你身上某个方面是“最短的一块”，你应该考虑尽快把它补起来。否则，它带给你的损失可能是毁灭性的。只有关注自己的薄弱环节，才能让自己成为一个全面的职业选手。

收入越高薪水涨得越快——马太效应

让很多的职场男人感到不解的是，职场中同工不同酬，而且这种现象的差距越拉越大。这种职场收入两极化的现象确实在我们的身边经常发生，其实这就是经济学上的马太效应。

《新约·马太福音》里讲到了这样的故事：一个国王远行前，交给三个仆人每人一锭银子，吩咐他们：“你们去做生意，等我回来时，再来见我。”国王回来时，第一个仆人说：“主人，你给我的一锭银子，我已赚了10锭。”于是国王奖励他10座城邑。第二个仆人报告说：“主人，你给我的一锭银子，我已赚了5锭。”于是国王奖励了他5座城邑。第三个仆人报告说：“主人，你给我的一锭银子，我包在手巾里存着，我怕丢失，一直没有拿出来。”面对着这个老实的仆人，国王生气地说：“你这又恶又懒的仆人，你既知道我没有种的地方要收割，没有散的地方要聚敛。就当把我的银子放给兑换银钱的人，到我来的时候，也可以连本带利收回。”于是国王命令将第三个仆人的—锭银子也赏给第一个仆人，并且说：“凡是少的，就连他所有的也要夺过来。凡是多的，还要给他，让他更多。”

经济学上，把这种贫者愈贫，富者愈富，贫富两极化，赢家通吃的经济学中收入分配不公的现象称为“马太效应”。它被引申为强者愈强、弱者愈弱的现象，并被广泛地应用于社会心理学、金融以及职场等众多领域。

老子的《道德经》里有这样的一句话：“天之道损有余而补不足，人之道则不然，损不足以奉有余。”很多刚从学校毕业的大学生，他们在找工作的过程中，存在着明显的“马太效应”：有的人可以得到很多家意向单位的招手，而有的人却连一次面试机会都很难有。



小臣大学毕业后找到了一份工作，他非常珍惜这份工作。与他一起进公司的还有小聪，小聪虽然能力也行，但整天油嘴滑舌的，经常和同事们说说笑笑，有时还一起出去吃吃喝喝。小臣对小聪很是不屑，在他看来，只要做好自己的工作就行了，别的都不重要。小聪跟他开玩笑他也不答理，小聪拉他跟同事们一起出去玩他也不去。有时，小臣看见同事们都围着小聪玩闹，也都躲得远远的。有一天，小臣的部门分配了大量的任务，凭着个人的能力，根本没有办法在规定时间内完成，可是小聪却招呼同事们帮忙。同事们都帮小聪在做，小臣却一个人“孤军奋战”。结果小聪按时完成了，小臣虽然通宵达旦地工作，他还是没有按时地完成任务。

后来，小聪提升为部门主管，小臣非常不服气，由此负气辞职了。有着良好人脉资源的小聪，很自然地掌握了更多的资源，能够完成更多难以完成的任务。

马太效应的奥秘就在于资源的多少，当你的资源很多时，马太效应会为你服务；如果你的资源很少，就难免被这一法则压在下面。其实每个人的资源刚开始时都是有限的，这时，必须学会集中优势兵力这一战术原则，将你的时间、精力、金钱等投入到最有希望能获胜的领域。确立你在这领域的优势地位。这样才能集小胜为大胜，直至取得全局性的优势。那时马太效应就已经完全站在你这一边了。所以当你的资源有限时，不要企求面面俱到，而要学会攻其一点。其实，胜利的奥秘就在于你如何选择，并将能力发挥到最佳。

经济社会上一部分垄断行业工资水平往往过高、工资增长过快已成为社会关注的一个突出问题。解决垄断行业收入差距问题，一方面要通过采取措施促进非垄断行业的企业职工工资收入逐步提高；而另一方面也要加强对垄断行业高收入者的调控，缩小工资收入的差距。调整国家和企业的分配关系，建立对垄断企业的特别收益金制度及上缴利润制度。

马太效应对于领先者来说就是一种优势的积累，当你已经取得一定成功后，那就更容易取得更大的成功。强者总会更强，弱者反而更弱。物竞天择，适者生存，强者随着优势积累，将有更多的机会取得更大的成功和进步。

虽然马太效应看似是一种不公平的社会现象，但从另一个角度来说，却更深层



次地体现了一种公平的管理思想——国王给予三个仆人都是一样多的银子，这一点至少说明了刚开始的时候，他们的机遇和起点是一样的，然而最后结果的不同，则是由于个人的思想观念与所付出的努力程度的不同。

也因此，职场上不管是什么样的员工，都应该要充分地了解马太效应在现实中的运用，在职场生活中，力争上游，发展自我，才不至于被卷入职场的下游。

经济学指导你的生活：

马太效应在经济生活中运用比较广泛，强者愈强、弱者愈弱的现象在职场上也屡见不鲜。职场中人要认清形势，在工作上要力争上游，不断地历练自己，才不至于沦为职场的“下等公民”。



让工作效率最大化——时间管理

很多的人常常因为自己在工作上没有有效地规划好自己的时间，而使自己的工作效率减半。这种职场现象在很多职场男身上是经常见到的，时间与效率往往成为这些人的职场中升职和加薪的障碍。其实，这引出了一个经济学的名词，那就是时间管理。

常言道：时间就是金钱，时间就是生命，谁能赢得时间，谁就能赢得竞争，赢得市场。可见把握和管理好时间在市场经济中的意义重大。对于时间如果你没有一个合理的规划，不讲求效率，一味拖延，弄得一团乱，那么什么结果都得不到。对于很多员工来讲，职场不仅要拼能力、拼实力，更要比拼你的效率。同样的时间里，如果你效率高，多做了事情，那么收获就更多；如果你不懂时间管理的诀窍，那么就总比别人慢半拍，最终使自己在职场的竞争中落于人后。

一般来讲，时间管理就是让你在有限的时间里做出更多、更好的事情来，而时间管理的第一步就是告别拖沓的坏习惯，让自己立刻行动，变成有效率的人。时间是一个抽象的概念，却往往蕴藏着财富。然而，不知何故，我们总是相信以后还有很多时间，或者这件事在别的时间做会更容易些。不过，实际情况却是，我们似乎没有想象中有那么多时间，而且，很多的事情不及时处理，通常会变得更困难。

有一次，约翰先生与一个请求他帮忙的青年约好，某天早晨的10点钟在自己的办公室见面，并带那位青年去会见一位火车站站长，接洽铁路上的一个职位。但到了这一天，那个青年去见约翰时竟迟到了20分钟。当那位青年到约翰先生的办公室时，约翰先生已经离开了办公室，去出席一个会议了。

过了几天，那个青年再去求见约翰先生，约翰先生问他那天为什么失约，谁知

那个青年回答道：“呀，约翰先生，那天我是在10点20分来的啊！”

“但是，约定的时间是10点钟啊！”约翰提醒他。那个青年仍然支支吾吾地说：“但迟到一二十分钟，应该没有太大关系吧？”

约翰很严肃地对他说：“谁说没有关系？你要知道，能否准时赴约是件极其紧要的事情。就这件事来说，由于你的拖沓，就失掉了你所向往的职位；因为就在那一天，铁路部门已接洽了另一个人。而且，我还要告诉你，你没有权利看轻我20分钟的时间，以为我白等你20分钟是不要紧的。老实告诉你，在那20分钟的时间里，我正要应付另外两个重要的约会呢！”

职场上我们所要明确的是，时间管理的第一个原则是：立即动手去做，不要拖延。因为，拖延既不能使问题消失，也不能使解决问题变得容易起来，相反地，一味地拖延时间只会使问题深化，给工作造成严重的危害。也因此，我们没解决的问题，会由小变大、由简单变复杂，像滚雪球那样越滚越大，解决起来也越来越难。工作上，当你养成了拖延的毛病之后，那么你要能做到“今天的事情，今天完成”就变得非常困难了，更谈不上工作的有效落实。不管是职场还是生活，没有任何人会为我们承担拖延的损失，拖延的后果可想而知，不过这一切的最终苦果还要我们自己来尝。即便你不是一个拖沓的人，也不代表着你就会管理时间。事情千头万绪，总有轻重缓急，如果你不分轻重一味地作同等的处理，肯定到最后什么都做不好。时间管理是一门艺术，会管理时间的人，首先学会的就是管理事情，分清事情的顺序，将最重要的事情挑出来首先完成，也只有这样，你才能更好地把现有的工作做好，而分清轻重缓急是时间管理的第二个原则。但是，分辨出哪些事情是最重要的并不容易。面对工作，我们要学会分清“紧急的事”和“重要的事”，才能彻彻底底地把工作落实好。不管怎么讲，在现实的生活里，我们要牢记“要事为先”。

不过，在工作中，学会把事情分类、分清轻重缓急还远远不够。除此之外，时间管理还要求我们在做事情的时候要绝对专心，这样才能集中精力解决问题，不然花再多的时间也是白费。



也因此，衡量工作效率时不能看你花多少时间做工作，而是要看你做了多少有效的工作，即做了多少能获得收益的工作。毫无结果的工作只是一个浪费人力和财力的过程，自然是得不到肯定的。在现实的工作生活中，想要高效工作，就应该努力专注于当前正在处理的事情。俗话说得好，一口吃不了一个胖子。也因此，工作中，即使事情再多，也要一件一件地进行，做完一件事就了结一件事情。全神贯注于正在做的事情，集中精力处理完毕后，再把注意力转向其他事情，着手进行下一项工作。

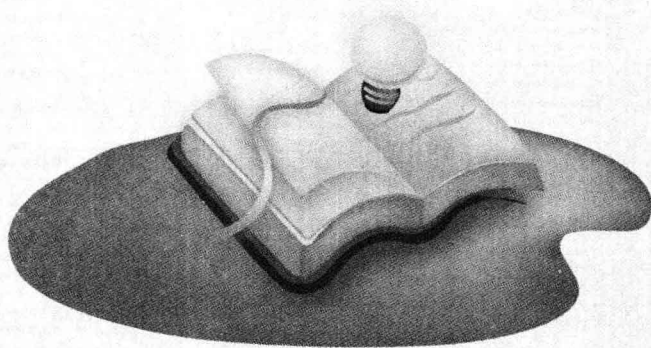
职场上，你所要明确的一点就是，忙碌与成功之间没有必然的关联，高效才是我们应该追求的。其实，工作就是员工之间的平等竞争，人人都有机会，人人都可以升迁。关键是看谁能创造业绩，谁能完成任务；还要看谁能出色地完成任务，谁能更快地完成任务。也因此，在职场生活中，只要你学会管理时间，那么，就会让你离成功更近一步了，这也是职场中所要重视的时间成本之一。



经济学指导你的生活：

不管是市场还是职场上的竞争，胜负往往取决于竞争者的时间把握，也就是时间的管理。时间的管理是效率的一个重要的表现，大凡成功者都是时间的管理高手。市场经济一直以来就有时间就是生命的论断。可见，时间管理的重要性至少等同于战略、创新、领导力这些看似更为炫目的管理议题，甚至更为重要。

第四章 创业成功的经济铁律——男人创业必知经济学



给别人打工不如给自己打工——创业

对于很多的男人来说，创业是一个充满诱惑力的词，它不仅仅是男人一种经济上的满足，更是一种男人自我价值的体现。在经济学上，创业一般是指某个人发现某种资源、信息、机会或掌握某种技术，利用或借用相应的平台或载体，将其发现的资源、信息、机会或掌握的技术，以一定的方式，转化、创造成更多的财富、价值，并实现某种追求或目标的过程。

很多的男人都面临着这样的选择：如何最大化利用自身的社会网络资源，如何有效地利用个人所拥有的知识技能。也因此，是打工还是创业成为了男人重要的选择。

而经济学家弗兰克·奈特认为，不确定性往往是创建企业的主要原因。经济生活中，人们必然对其选择的经济行为进行预测并承担风险。但是，由于信息不对称和有限理性的原因，人们的预测往往有错误。因为，不同的人具有不同的能力和不同的承担风险的能力，所以那些不愿意承担风险者更倾向于做“打工者”，听从老板的调遣，拿稳定的薪水，没有心理上的压力和经济上的风险；不过，那些愿意承担风险的人则更加倾向于做“创业者”，选择创办自己的企业，以承担风险去换取更大的收益及自由。

美国著名的经济学家斯威格列茨在他撰写的经济学教科书中写道：“经济学研究的是社会中的个人、政府和其他组织是如何选择，又怎样决定社会资源如何被利用。就业还是创业往往是一个人一生中的重要选择，创业选择是一种重要的经济行为，这种行为受到‘看不见的手’的引导，表现为‘经济人’的理性选择。”而说到创业我们就不得不提到“七匹狼”的创业者的故事。

许多在贫困中苦熬了多年的闽南人，凭着一股最原始的摆脱贫穷的念头四处打拼。不同的是，周家三兄弟在经商之前都有一份不错的工作，老大周永伟在银行工作，老二周少雄在新华书店工作，这在当时的农村可都算得上是金饭碗，在那时，有勇气扔掉金饭碗去经商的人可是不多见。

儿子看似不理性的想法，父母自然都极力反对，但是老二周少雄还是抱着“出去闯闯，总不至于饿死”的念头走出了家门。起初，做面料贸易，因为没有经验，加上看起来太年轻，难以让别人相信他会做生意，因此没赚到什么钱。但周少雄并不灰心，而是继续等待机会，几年的生意经历，周少雄跑遍了大半个中国，吃尽了苦头，终于攒下一笔钱。更重要的是，苦难造就了他的坚韧和对市场的敏感。

再后来他们开始经营服饰，在经营中，周少雄惊讶地发现，当地的服装与海外那些胸前绣有商标的服装价格相差很大。为什么不能靠自己的力量创出一个国产品牌呢？强烈的创业欲望在周少雄与他的伙伴心中萌发了。于是，周少雄与他的六个伙伴在一起，开始琢磨起海外那些各种各样图形图案的品牌来。经过一番激烈的争论，他们最后选定了狼作为品牌形象。因为狼是非常有团队精神的动物，具有机灵敏捷、勇往直前的个性，而这些都是企业创业成功不可缺少的素质。“既然我们是七个人一起创业，就叫‘七匹狼’吧，按闽南风俗，‘七’代表‘众多’，是寓意生命、活力和胜利的吉祥数字，既象征着一个由奋斗者组成的团体，又体现了年轻人同心协力、矢志不渝的创业精神。而‘狼’与闽南话中的‘人’是谐音，所以说非常巧合。”

经过他们努力的经营，1992年“七匹狼”荣获第一批“福建省著名商标”称号并三次获此殊荣，1999年被列入“影响中国服装市场的十大男装品牌”，2002年“七匹狼商标”被评为“中国驰名商标”。当前七匹狼成为中国最优秀的服装品牌之一。

很多刚出校门的大学生，一般都会选择去打工，而不是去创业。人们总是想，刚出校门的学生，哪有创业所需的资金和社会经验呢？很多人认为，最好的选择就是找个公司打几年工，等储备点经验和资金再自己创业也不迟。在当前的经济环境



下，其实，有这样的想法无可厚非，不过值得一提的是，一个大学生打工几年后，可能赚不到创业所需要的钱，更无法学到创业的经验与技能。其实，打工生涯学到的东西对创业基本上是没有用的，因为两者看问题的角度不同，思考方式不同，得到的经验体会也会有不同。也因此，只能这么说，给别人打工几年后，你唯一获得提高的是打工的技术技能，而创业最不需要的就是技术技能了。除此之外，过了几年安稳的打工生活后，年轻人普遍会丧失创业的激情，丧失“初生牛犊不怕虎”的勇气，很多的年轻人越来越沉湎于安稳的打工生活中难以自拔，创业的念头只能永远埋藏在心底，成为很多人永远的遗憾。

从表面上看，创业面临的现实风险比打工高很多，不过从经济学的角度分析，给别人打工带来的风险更高。

创业的风险是失去近几年的预期打工收入，甚至破产后还得赔进去自己借来的一部分钱，不过刚毕业的大学生毕竟还年轻，失败了还可以重来，不断从失败中总结经验教训，经商水平与能力一次比一次高。随着眼界的开阔和经验的积累，总有一个量变到质变的突破。钱也越赚越多，财富越积累越多，自身的价值也能得到最大的体现。

相反，打工生涯持续下来，开始几年确实平安无事，可时间长了，很多的年轻人就会害怕面对外面陌生的世界，害怕失业的风险，心灵变得越来越敏感和脆弱。他们的心态不仅逐渐地疲惫和懒惰，整个人也没有了锐气和精神，只好安慰自己知足常乐，淡泊名利。但是生活变得越来越平庸，家庭的经济负担越来越沉重，房子和孩子教育日渐成为自己脖子上的经济绳索，勒得越来越紧，透不过气来，那时候的经济生活能正常地运转已经挺不错了，就更别再提所谓的创业了。

除此之外，打工者随着年龄的日渐增长，工作技能却没有获得任何提高，虽然靠着资历老工资也越来越多，可是看着那些新进来的年轻大学生，生龙活虎地干活，却只要那么一点儿的工资，老板的敲打打在耳边响起，看人家年轻人拿得少干得多，你们这些老革命越老越不行了。这也难怪，打工生涯的结果是越老越贬值，尤其过了壮年期，简直是事业最悲惨的阶段，时刻濒临深渊，如同蹚地雷阵，动辄会



被老板炒鱿鱼。

事实上，为别人打工才得以糊口的打工者们不是不想改变现实生活，也有紧迫感，也很想改变自身的“贫穷”面貌，但是他们总有恐惧感，因为这一类人从来没有独立把握自己命运的经历和经验，他们就像从来没有用过电脑的人，生怕按错开关和按钮把电脑烧坏了、一用力就把键盘敲坏了，或者一上网就会遭遇病毒一样。其实，事情其实并没有那么可怕，对于恐惧电脑的人来说，最重要的就是插上电源，再开机就好了。

总之，创业是经济社会中，男人实现自己的价值的一个重要的方式。不过，由于很多的原因，很多人沉湎于打工的生活状态，其实这就是经济学上的一种“路径依赖”。为此，人们应该理性地把握好打工和创业选择。

经济学指导你的生活：

创业是利用或借用相应的平台或载体，将各种资源转化成财富的过程。这是一个资金高度集中和艰辛的过程，这也是一个创业者往往从一个打工者向企业所有者的转变。不过，在看到创业可能带来的滚滚经济利润的同时创业者也应该充分地考虑到创业的风险。



让资金为你插上创业的翅膀——天使基金

说到创业很多人马上就皱起眉头来。确实，对于很多人来说，创业就意味着很多难题。创业不仅仅需要一个好的项目和市场预期，更要有着足够的资金来支持项目的正常运转。特别是对于经济能力缺乏的人来说，资金往往成为他们事业成功的拦路虎。而在很多的国家，为了支持很多的资金缺乏的创业者，于是也有了为创业者插上翅膀的“天使基金”。

我们经济学上常讲到的创业基金是指由专业投资人提供的快速成长并且具有很大大升值潜力的新兴公司的一种资本。它又称风险资本。特别是对于刚刚创业的人来说，这笔资金更为重要，也因此被称为了“天使基金”。

谷歌全球原副总裁、中国区总裁的李开复博士曾经在北京举办新闻发布会，宣布创办“创新工场”。这里的“创新工场”是指一个全方位的创业平台，帮助中国青年成功创业，用于培育创新人才和新一代高科技企业。李开复将带领一批创业者和工程师博士，开创最有市场价值和商业潜力的项目，进行研发和市场运营。其实，这对于很多人来说就是他们创业的天使基金。

通常来讲，早期的天使投资人往往是成功的创业者或大公司前高管、行业资深人士，他们往往能给创始人带来经验、判断、业界关系和后继投资者。在企业成长期，高附加值的风险投资还会引领创业企业进入更正规的运营架构和管理模式，甚至帮助企业配备后续发展所需的专业团队。企业发展到上市或并购阶段，风险投资又会提供相应的助力。因此，创业公司在不同阶段，其投资人就像跑接力一样，传承、培养，使一个概念生根、开花、成长。

天使基金对于一个刚刚起步的企业的发展尤为重要，它给一个新的企业注入了

新的血液，促使企业更快地发展、壮大。这笔资金有时候甚至决定着企业以后的发展命运。

百度公司2005年在美国上市的时候，不仅创下了中国公司在美国上市每股股价150美元的天价，也一举超越新浪、网易成为中国第一大互联网门户网站。当然了，这些成绩的背后都与风险投资的支持分不开。1999年创立的百度公司，得到了美国硅谷120万美元的风险投资，百度公司总裁李彦宏带着这笔钱回到国内创业，随后百度公司又先后两次融资，一次是2000年获得1 000万美元风险投资资金。而另一次是2004年获得1 500万美元投资。上市后百度公司又再次融资1亿美元。百度公司李彦宏把获得的第一笔120万美元资金称为天使基金。正是这笔关键性的投资基金造就了日后的百度公司。

中国有句老话：万事开头难。创业需要些什么？能力、技术、产品，甚至管理、销售等等都是创业者必须要考虑到的，但即使你拥有了以上全部，如果没有资金的支持，创业仍然是一句空话。产品再好，能力再强，没有资金，公司也运作不起来。无论在哪一行创业，资金的重要性都不言而喻。当你有了能力、技术，也有好的产品，一切准备妥当的时候，就应该考虑去哪里获得资金支持。有了资金的支持，你的能力、技术才能得到一个好的发挥，才能打开市场，让你的事业开展得轰轰烈烈。世界上很多著名企业的成功也是开始于这笔天使基金。

1976年，为了筹建公司，乔布斯将他的大众汽车卖了1 500美元，这就是苹果电脑公司最初的资金基础。乔布斯除了研制和推销他们的产品之外，为了实现雄心勃勃的市场计划，他不断地去寻求投资。尤其是当他们做出了Apple II的原型机之后，他们意识到他们将成为一个大赢家。但是不幸的是他们没有资金将成功希望变成公司的财富。Apple I的生产成本相对较低，其收入仅够维持它的生产，而Apple II原型机要花费数百美元的成本制作一台。1976年8月，通过旧时公司老板的辗转介绍，他结识了已经退休的风险投资家麦克·马库拉。这对于苹果来说是一个重要的转折，麦克对乔布斯以及他们的产品印象非常深刻，决定重新出山，不仅为他们投资了92 000美元现金，而且帮助他们修订了业务市场计划，并且承诺如果需要的话，他



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

还可以继续投资250 000美元，这无疑给年轻的苹果公司注入了一针强心剂。正是靠着这笔风险投资，才有了今天独一无二、无与伦比的“苹果”。

当你有一个很有前景的计划，却苦于经济上的压力。在这种情况下，天使基金则是个不错的选择，首先创业者一般能从天使基金获得足够金额的投资；其次能成功获得认可，最终赢得投资的创业者，自身就具备了某些能力，这也是创业成功的一大保障。



经济学指导你的生活：

当一个企业的发展还处于种子期，往往面临着最大的困难。如果有投资商像天使般救助一把，那么对于很多的初创业的中小企业来说，就能很大程度地解决企业资金难的问题，因此创业者要充分地利利用天使基金，为自己的事业搭建成功的平台。



其实你可以缴更少的税——合理避税

说到合理避税，或许很多人会想到偷税漏税。偷税漏税与合理避税是两个不同的概念。合理避税是合法的，而相反，偷税漏税是法律所不允许的，是一种违法的行为。

在创业之初，很多人往往面临着一个重要的问题就是资金的问题。也因此，对于一个刚刚建立起来的公司来说，尽量减少企业运营中的开支是保证资金正常运转的一个重要的手段。合理避税也因此成为年轻的创业者的选择。

在谈到合理避税时，我们需要明确的是，合理避税是在法律允许的情况下，也就是纳税人在税法许可的范围内，通过不违法的手段对经营活动和财务活动精心安排，尽量满足税法条文所规定的条件，以达到减轻税收负担的目的。当然，避税也不排除利用税法上的某些漏洞或含糊之处的方式来安排自己的经济活动，以减少自己所承担的纳税数额。

合理避税来源于1935年英国的“税务局长诉温斯特大公”案。当时参与此案的英国上议院议员汤姆林爵士对税收筹划作了这样的表述：“任何一个人都有权安排自己的事业。如果依据法律所作的某些安排可以少缴税，那就不能强迫他多缴税收。”随着社会的发展，这一观点得到了法律界的认同。

一般来说，避税可以认为是纳税人采取利用某种法律上的漏洞或含糊之处的方式来安排自己的事务，以减少他本应承担的纳税数额。虽然避税行为可能被认为是不道德的，但避税所使用的方式是合法的，而且不具有欺诈性质。合理避税是对已有税法不完善及其特有缺陷所作的显示说明，它说明了现有税法的不健全特征。也因此，税务当局往往要根据避税情况所显示出来的税法缺陷采取相应措施对现有税



法进行修改和纠正。

不过，合理避税不同于偷税、逃税，它不是对法律的违背和践踏，而它是以尊重税法、遵守税法为前提，以对法律和税收的详尽理解、分析和研究为基础，是对现有税法不完善及其特有的缺陷的发现和利用。使企业创造的利润有更多的部分合法留归企业。

它如同法庭上的辩护律师，在法律规定范围内，最大限度地保护当事人的合法权益。合理避税是合法的，是企业应有的经济权利。我们在这儿必须强调一点：合法规避税收与偷税、漏税以及弄虚作假钻税法空子有本质的区别。

既然明确了合理避税和漏税、偷税以及弄虚作假钻税法空子有本质的区别。那么，对于个人和企业来说，又怎么样才能在合理合法的情况下做到尽量地减少自己的税务支出呢？

对于企业来说，比如，变身“洋”企业——我国对外商投资企业实行税收倾斜政策，因此由内资企业向中外合资、合作经营企业等经营模式过渡，不失为一种获取更多减税、免税或缓税的好办法。

税法指出，进入特殊行业——对某些服务业的免税规定：幼儿园、托儿所、养老院、残疾人福利机构提供的养育服务，免缴营业税；婚姻介绍、殡葬服务，免缴营业税；医院、诊所和其他医疗机构提供的医疗服务，免缴营业税。

同时，安置“四残人员”——占企业生产人员35%以上的民政福利企业，其经营属于营业税“服务业”税目范围内（广告业除外）的业务，免缴营业税。残疾人员个人提供的劳务，免缴营业税。

再如，注册到“避税绿洲”——凡是在经济特区、沿海经济开发区和经济技术开发区所在城市的老市区以及国家认定的高新技术产业区、保税区设立的经营、生产、服务型企业和从事高新技术开发的企业，都可享受较大程度的税收优惠。中小企业在选择投资地点时，可以有目的地选择以上特定区域从事投资和生产经营，从而享受更多的税收优惠。

合理提高职工福利——中小企业私营业主在生产经营过程中，可考虑在不超过



计税工资的范畴内适当提高员工工资，为员工办理医疗保险，建立职工养老基金、失业保险基金和职工教育基金等统筹基金，进行企业财产保险和运输保险等。这些费用可以在成本中列支，同时也能够帮助私营业主调动员工积极性，减少税负，降低经营风险和福利负担，使企业能以较低的成本支出赢得良好的综合效益。

善于在管理费用上避税——企业可提高坏账准备金的提取比率，坏账准备金是要进管理费用的，这样就减少了当年的利润，就可以少缴所得税。企业可以尽量缩短折旧年限，使折旧金额增加，利润减少，所得税少缴。另外，采用的折旧方法不同，计提的折旧额相差很大，最终也会影响到所得税额。

合理地在销售结算上避税——选择不同的销售结算方式，推迟收入确认的时间。企业应当根据自己的实际情况，尽可能延迟收入确认的时间。例如某电器销售公司，当月卖掉1万台各类空调，总计收入2 500万左右，按17%的销项税，要缴纳425万的税款，但该企业马上将下月进货税票提至本月抵扣。由于货币的时间价值，延迟纳税会给企业的节税带来意想不到的效果。

对于很多刚刚创业的人来说，减少资金的支出，是维持企业正常运转的一个重要手段。而合理避税是现实中减少企业经济支出的一个重要的选择。特别对于许多缺乏资金的中小企业来说，这一点更显得现实有用。

经济学指导你的生活：

合理避税不同于偷税、逃税，它不是对法律的践踏和违背，而是以尊重税法、遵守税法为前提，是对现有税法不完善及其特有的缺陷的发现和利用。虽然避税行为可能被认为是不道德的，但避税所使用的方式是合法的，而且不具有欺诈性质。



男人创业要懂得借力——奥格尔维法则

创业可以说是一个男人经济生活中最艰辛的阶段。因为创业需要巨大的经济投入和精神投入，特别是巨大的资金和物力上的投资常常超过一个人的物质上的承受能力。因此，在现实的创业中，要想在事业上取得成功就必须懂得借助别人的力量来促使自己成功。

古人云：“下君之策尽己之力，中君之策尽人之力，上君之策尽人之智。”可见，用人、借人之力对事业的成功有着重要的意义。在经济学上，奥格尔维法则进一步引申为“借力法则”。“借力使力不费力”，人类为什么能成为万物之灵，完全在于会运用“借力使力”的本领。简单来说，就是利用其他对象的力量来完成想要的目标。这种借人的力量实现我们的目标的做法在我们创业的阶段更显得重要。因为，在创业之初，我们的力量非常有限，需要通过别人来提高自己的知名度和名誉度，甚至经济上的利益。

对于经济生活上的借力，小仲马曾这样说：“商业，这是十分简单的事。它就是借用别人的资金！”但我们这里所说的“借”，不仅包括借钱、借物、借技术，还包括深层意义上的借文化、借事件、借名人、借形势等等。可见，“借”是经营中的一门学问，即使你身无分文，有好的“借力”也能大有作为。

乔治逊创办了一家化妆品公司，公司很小，只有三名员工，总资产不过500美元。按照化妆品市场的一般规律，它是绝对没有出头之日的。然而出乎人们意料的是，短短几年工夫，它便取代了当时最有名气的弗雷公司，成为全美黑人化妆品行业中的领头羊。

而乔治逊的成功在于，公司采用了“借力法”。他们借用的是弗雷公司的名



气。乔治逊生产了一种粉质化妆膏，然后在媒体上打出这样的广告：“当你用过佛雷公司的产品化妆之后，再擦上一层乔治逊的粉质化妆膏，将会收到意想不到的效果。”开始，有人对这一做法颇有微词——这不是拿自己的钱给别人做广告吗？但很快，大家就明白了，就像一个普通市民和总统站在一起一样，人们在认出总统的同时，也一定会好奇地打听：站在总统旁边的那个人是谁？事实果然如此。消费者们在看到这条广告之后，只要购买佛雷产品，就必然要同时选购乔治逊公司生产的产品，佛雷公司的信誉成了乔治逊产品的质量担保。

成功是一个复杂的过程，成功往往是多种因素的组合，也是多环节的链接，还有一个成长的过程。一个人的精力、时间、财力是有限的，有时不可能做到万事俱备，所以获取别人的帮助是必要的，比如资金、信息、技术等。善借外力包括能不能找到外力、能不能借到外力、能不能跟外力建立长久的关系，大多数成功者正是得益于这一点。“好风凭借力，送我上青云。”也因此，一个人或一个团体，凡是善于借助别人力量的，均可事半功倍，更容易、更快捷地达到成功的目的。

美国奥格尔维·马瑟公司总裁，广告业的创始人奥格尔维在一次董事会上，事先在每位董事的桌前放了一个玩具娃娃。

“这就代表你们自己，”他说，“请打开看看。”当董事们打开玩具娃娃时，惊奇地发现里面还有一个小一号的玩具娃娃；打开它，里面还有一个更小的……最后一个娃娃上放着奥格尔维写的字条：“如果你永远都只起用比你水平低的人，我们的公司将沦为侏儒公司。如果我们每个人都任用比我们自己更强的人，我们就能成为巨人公司。”

可见，借助别人的力量在促使自己事业的成功上具有重要的意义。曾经有一个哲人这样说道：“很少有人能单凭一己之力，迅速名利双收；真正成功的骑士，通常都是因为他骑的是最好的马，才能成为常胜将军。”一般来讲，任何人如果想成为一个企业的领袖，或者在某项事业上获得巨大的成功，首要的条件就是要有一种鉴别人才的眼光，能够识别出他人的优点，并在自己的事业道路上利用他们的这些优点。



一家大公司的主管说得很坦率：“我的成功得益于那些聪明人。我总是把那些聪明人挑选出来。我使用他们，促进他们，当我们有所成就时，和他们共同分享荣誉。”

犹太人著名的经营家密歇尔·福里布尔经营的大陆谷物总公司，它能够从一间小食品店发展成为一家世界最大的谷物交易跨国企业，主要因其善于借助先进的通信科技和善于借助大批懂技术懂经营的高级人才。在公司的经营和管理上，密歇尔·福里布尔不惜成本不断采用世界最先进的通信设备，愿意付出极高的报酬请有真才实学的经营管理人才到公司工作。这样，使其公司消息灵通，操作技巧精通，竞争能力总胜人一筹。密歇尔·福里布尔虽然付出了很大代价取得这些优势，但他借用这些力量 and 智能赚回的钱远比他支出的大得多，可谓“吃小亏占大便宜”。

在商业活动中，营销大师总是善于借助别人的力量。他们懂得，如果能够攀附精品、名牌，就可以使自己的产品不知不觉地从原来“名不见经传”的状况下实现飞跃，变成尽人皆知的产品。红顶商人胡雪岩曾说过，一个人的力量到底是有限的，就算有三头六臂，又办得了多少事？要成大事，全靠和衷共济，说起来我一无所有，有的只是朋友。一个能成大事的人，关键不在于他自身的能力有多强，而在于他借助别人的强大力量。

世界前首富比尔·盖茨经常被问到如何成为世界首富。他每一次的回答都是，因为我请了一群比我聪明的人来帮我工作。所以说，一个人的成功并不取决于他自己的力量有多大，而是取决于他能够借助别人力量的能力有多强。

对于很多的创业者来说，自己一个人的努力是远远不够的，这更需要借助别人的力量去实现自己的成功。

经济学指导你的生活：

创业是一个人力、物力高度集中的过程，因此，它对于创业者的资金及能力有着很高的要求，不过准备再充足的创业者，也难免会出现资金、人力、能力等等方面出现某一欠缺，这就需要创业者利用社会生活中的各种力量，借助别人的力量来实现自己创业的成功，而借助别人的能力也是创业者的能力之一。



创业就是不走寻常路——产品差异化

商品的竞争其实就是商品质量、服务以及个性竞争。特别是在同等质量的产品中，产品的个性往往成为吸引市场消费的亮点。也因此，个性化生产，已经成为了很多的创业者发展企业的一个重要的追求。这也引出了经济学中的产品差异化。

在经济学上，所谓产品差异化，是指企业以某种方式改变那些基本相同的产品，以使消费者相信这些产品存在差异而产生不同的偏好。

企业技术的扩散使得市场上的同类产品越来越相似，然而市场的激烈竞争却要求企业与众不同，能够脱颖而出，便于顾客识别，从而形成企业的个性优势和品牌。为此，很多竞争者绞尽脑汁使自己在某些方面有别于对手，形成因其自有的特点而备受消费者关注和喜爱的特殊属性。

在追求个性张扬的社会中，随着人们对于个性化的追求，个性化的商品市场充满着巨大经济潜能。产品差异化方法也成为企业谋求竞争优势的一种战略。在现实的市场经济生活中，无论是享誉全球的大公司，还是中小企业，都可以通过差异化策略来构筑自己的竞争优势，增强自己的竞争实力。

其实，对于竞争性行业来说，各个厂家的产品都是差不多的，性能也不分上下，因此很难培养自己的固定客户群。比如日用品等行业，吸引消费者究竟靠什么呢？

创造你的个性与不同。这里所谓的不同，可以是口味不同，也可以是包装不同，还可以是某个设计的细节不同，总之，你要与众不同，才能够吸引消费者。

在企业竞争激烈的今天，如果没有独特的做法，是很难在竞争中脱颖而出的，这就要求企业在策略、营销等诸多方面摆脱随大流的被动情况，成为领导潮流的先



驱。也只有那些先驱者，才是受益最大的。

产品差异化、产品创新是有形的，不过值得一提的是，差异化和创新则更多地体现在模式上，经营模式、赢利模式等，而找到不一样的生产或者经营方式，就等于开辟了新的利润源泉。

日本钟表企业精工舍是一家世界闻名的大企业，其手表的销售量曾长期位于世界第一的位置。它能取得这样的成功，主要归功于第三任总经理服部正次的“放弃战略”。

1945年，服部正次就任精工舍第三任总经理。受二战的影响，精工舍的生产销售元气大伤，面临着巨大的生存危机。服部正次针对这一状况，制定了“不着急，不停步”的战略，着重从质量上下手，开始了赶超钟表王国瑞士的步伐。

可是10多年过去了，服部正次带领的精工舍虽然取得了长足的进步，却仍然无法与瑞士表分庭抗礼。服部正次看到，要想在质量上超过有悠久制表传统的瑞士，恐怕是“此路不通”。他认为精工舍应该另辟蹊径，转换经营策略。

经过慎重的思考，服部正次决定放弃传统的机械表制造，转而生产新产品——石英电子表。与机械表相比，石英表的最大优势就是走时准确。表中之王的劳力士月误差在100秒左右，而石英表的误差却不超过15秒。1970年，石英电子表开始投放市场，立即引起了整个世界的轰动。

企业对于自己的产品精益求精是应该的，但若是走进了“敝帚自珍”的误区，就只会故步自封，看不到新的变化，感受不到新的风向，只能在别人的进步中逐渐被超越。在市场生活中，同质化是商业的大敌，如果你不想陷入与同行你死我活的价格战中，就要让自己的产品高人一筹，与众不同，赢得属于自己的忠实的客户群，这样才能保证自己在竞争中处于优势地位。

“竞争战略之父”迈克尔·波特指出，企业要想在市场竞争中生存，要么具有成本优势，要么实行差异化战略——有差异才能有市场，才能在同行业竞争中立于不败之地。

新产品进军的往往是已经较为成熟的市场，有了成熟的品牌、成熟的经营和消

费者，在这种情况下，一个新产品如果还是墨守成规，丝毫体现不出吸引人的差异的话，那么等待它的必然是市场的埋没。在各行各业产品日益同质化的今天，开发产品时就必须立足于创新，在运作过程中营造差异化优势，实现业务、产品和价格的优化组合，开创全新的市场格局。同时还要不断推出独具特色的新产品，开发潜在的消费需求，寻求新的“顾客”增长点。

制造差异化的最佳途径，当然是创新。在商业经济中，不管是什么样子的商品，只有你不从众，才能脱颖而出，获得属于自己的自由天空。这是每一个企业的经营者所要注意的。

经济学指导你的生活：

在感性消费时代，消费者是否认同企业的产品，在很大程度上决定其对品牌个性的认识与理解。因此，经营者在对市场定位时，必须依据产品的个性，来确立产品、企业在消费者心目中的位置。打造市场产品的差异化，也就是打造品牌的个性，这是激烈的市场竞争中决胜的一个关键因素。

沟通不畅就是与金钱过不去——沟通成本

在现实的商业竞争中，人们每进行一次商业上的贸易就必须进行贸易双方细致的沟通以及交流，最后达成相互的协议，签署相关的合同。这些，对于很多生意场上的人是经常见到的。可以说沟通是在商品经济和市场中起到桥梁和纽带的作用，这在经济学上也引申出了沟通成本。

市场上，当我们进行交易的时候有交易成本，经营的过程则有经营成本，这经营成本分为两种：一种有形，而另一种无形。而无形的就包括沟通成本。

在企业进行贸易往往需要大量的沟通来了解对方的业务情况。员工与管理者，管理者与最高领导者的沟通，每个环节都会有重要作用，一旦中间环节沟通有误，可能会造成一些不利影响。也因此，在现实的经济生活中沟通成本越发显得重要。

两个旅行中的天使到一个富有的家庭借宿。这家人对他们并不友好，并且拒绝让他们在舒适的客房过夜，而是在冰冷的地下室给他们找了一个角落。当他们铺床时，较老的天使发现墙上有一个洞，就顺手把它修补好了。年轻的天使问为什么，老天使答道：“有些事并不像它看上去那样。”

第二晚，两人到了一个非常贫穷的农家借宿。主人夫妇俩对他们非常热情，把仅有的一点点食物拿出来款待客人，然后又让出自己的床铺给两个天使。第二天一早，两个天使发现农夫和他的妻子在哭泣，他们唯一的生活来源——奶牛死了。年轻的天使非常愤怒，他质问老天使为什么会这样：第一个家庭什么都有，老天使还帮助他们修补墙洞；第二个家庭尽管如此贫穷还是热情款待客人，而老天使却没有阻止奶牛的死亡。“有些事并不像它看上去那样，”老天使答道，“当我们在地下室过夜时，我从墙洞看到墙里面堆满了金块。因为主人被贪欲所迷惑，不愿意让别

人来分享这笔财富，所以我把墙洞填上了。昨天晚上，死亡之神来召唤农夫的妻子，我让奶牛代替了她。所以，有些事并不像它看上去那样。”

确实，发生在我们身边的事情，有时候它们的表面并不是它们实际应该的样子。只有通过有效的沟通才可以弄清楚事情的真相，校正自己在某些方面的偏差。曾经有人说，如果世界上的人都能够很好地进行沟通，那么就不会引起误解，就不会发生战争。其实在经济生活中也是这样，在时间就是金钱，效率就是生命的经济界和商品生产活动中，沟通往往会给自己带来效率和利润。

的确，在人与人的沟通中，由于双方的经历、习惯、成长背景、性格，包括价值观等多方面不同，沟通的有效性大打折扣。而事实上，我们的沟通方式是发出信息者按自己认为对方会明白的方式传递给对方，包括用文字、身体语言来传递。接收方会对收到的信息进行解码，这就会出现发生解码出错的机会。平心静气地聆听、提问、再证实，这是保证良好沟通所必需的。不过，我们在沟通中经常带有太多的假设与猜想，太多的个人情绪，这是对沟通极为不利的。

在现实的商业活动中，我们常说的有效沟通就是企业把大量的企业及产品的有关信息准确、迅速、有效地传递给消费者。也因此，这就要求企业在保证投入最佳经济效益的原则下，准确迅速地把握消费者心理展开宣传，选择媒体以及对其具体运作进行有效控制。因为它们关系到企业所传播信息的可信度、说服力，受众对产品以及企业的认知，甚至最终关系到宣传在市场上能否取得成功。

准确把握消费者的心理活动，才能制订出有针对性的广告，以及其他宣传方式。沟通的前提是了解，这一点始终都不会改变的。

经济学指导你的生活：

市场经济中，买卖双方交易的达成都必须经过细致的沟通和信息交流。沟通的质量往往决定着交易的成败。所以，经营者一定要重视沟通成本，让每一笔交易在沟通中达成最好的成交效果。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

省下的部分就是利润——成本最小化

经济上的以小博大往往成为很多人追求的目标。特别是经济生活中的经营者和生产者，他们常常把这种利润模式作为自己的发展之道。经济生活中，很多人常常苦于资金短缺而追求生产成本或者经营成本的最低化。其实，这就是经济学中的成本最小化。

通常来讲，企业实现利润最大化策略分为两个步骤：第一步，选择最有利可图（带来最大利润）的产量；第二步，对既定的产量实现成本最小化。我们现在要讲第二步。

在经济学领域中，成本是商品经济的价值范畴，是商品价值的组成部分。人们要进行生产经营活动或达到一定的目的，就必须耗费一定的人力、物力和财力等资源，其所费资源的货币表现及其对象化称之为成本。

成本作为生产中的各项费用支出，是商品生产的“投入”。借助成本可以反映企业经济活动中“投入”和“产出”的关系。它也是衡量企业生产经营管理水平的一项综合指标，因为它可以反映企业劳动生产率、设备利用率、原料和劳动力的消耗状况、生产技术和经营管理水平。在产品价格不变的情况下，成本下降，利润就可以提高，企业经济效益就可以增加，社会积累也可以增加。

利润一直是支持企业发展的最大动力，也是企业追求的最终目标，一直以来，如何获取利润是备受关注的话题。通常对于企业来说，利润就是赖以生存的生命线，企业的每一项举措都是为了增加利润，企业的存在就是为了赢利。

经济的活动中，影响赢利程度的重要因素就是成本费用，获得同样的收益时，你付出的成本越多，自然赢利就越少。因此成本最小化成了现代企业管理中的重要



思想。

在企业的发展中，成本最小化是一句很宽泛的话，说起来很容易。创收的功劳常被称赞，而节支的贡献有时候却不为人知。不过在现实的商业社会，有多少创业者真正注意到了节约对于企业的意义呢？

戴尔是世界著名的电脑生产公司，让我们看看他们是如何进行成本最小化的。戴尔公司用劳动强度理论去研究自己的组装流水线，它用视频设备将工作小组的每个组装步骤录下来，然后看有没有多余或者浪费的步骤。因为一颗螺丝钉的出现将浪费一台机器大约四秒钟的装配时间。在强烈的成本节约观念的指导下，戴尔工作流程设计师的设计使一件产品不会出现一颗多余的螺丝钉。

此外，作为一家电脑生产厂家，戴尔公司是没有中间商这个环节的。取消了中间商而利用电话、互联网直销等手段，向顾客直接销售低廉的个人电脑的商业策略，更是直接体现了戴尔节约的企业文化。没有了中间商，戴尔可以直接对客户降低部分价格，这也是戴尔能够一直保持低价电脑市场的一个最主要原因。

除此之外，另一个超级大企业福特汽车公司，也深深懂得通过节俭来增大利润的技巧。在创业之初，福特向一家配件商订购一批汽车零配件，价格质量谈好之后，福特要求对方用木箱对零售配件进行包装，以减少零配件在运输装卸中的损坏，并把包装规格详细告诉了对方。令配件商意想不到的是，福特包装规格十分严格，木板箱的尺寸及厚度都有严格的规定。配件商虽然有些不满，但为了长期和福特做生意，他们只好按图纸的要求一一照做了。货物送到以后，福特要求员工把包装箱轻轻拆开，不许弄坏任何一块木板，拆下来的木板立即送到新建的办公楼。原来，这批木板是用来装饰新楼地面的，所有的包装箱上的木板的尺寸和厚度，都是按地板的尺寸厚度而设计的，这些木板为福特节约了近10万美元的费用。

相比福特，其他的企业或许会把包装箱当成废品处理掉了，而只有福特想出了这样的方法，把这笔钱折算成了利润，大大节省了企业的开支。

在企业的经营和管理中，对于企业而言，倘若你赚了1元，节约了1元，那么就相当于你挣了2元，这种两倍关系对于1元或许微不足道，但是当基数成千上万倍扩



大时，增加的利润就不是一个小数目了。追求成本的最小化是每一个创业者所要追求的。

通常来说，降低企业生产成本的主要途径是：改善经营管理，提高设备利用率，采用新技术，减少固定资产的消耗，节约燃料、原材料、辅助材料，提高劳动生产率等。

企业经营过程中无处不涉及资源的消耗和费用的支出，作为企业的管理者，如果想为企业节约开支其实很容易。这就要管理者要求每个员工从小事做起，从节约一张纸做起，集腋成裘，长久下来，因节约成本而增加的利润是惊人的。

比尔是一家中型公司的总裁。在商业竞争越来越激烈的市场经济中，比尔自然没有利润指标的压力。但是，他并不这样想。他发现公司的对外宣传手册，多年的惯例是分春、秋两次印制，每次的数量都不大。宣传手册内容的调整基本都发生在年底。

比尔根据以往的工作经验知道，如果两次印制并为一次，单本宣传手册的成本会大幅降低。而且，公司的资料室并未满负荷运营，基本不会增加储存成本。于是比尔果断地在春季印制了全年的宣传手册，仅此一项，为公司节约了数千美元。

比尔还要求各部门的所有员工都增强成本意识。员工们都被比尔的精神带动起来，努力寻找进一步控制不必要开支的途径。一年下来成效显著，为公司节约了数十万美元的成本。当年度，公司的营业收入比上一年度并无增长，但利润却增长了20%，而这20%的利润增长，基本都是没有利润任务的比尔的部门贡献的。

创业对于每一个人来说都是一个艰辛的过程，因此，在创业中每一项费用的节约，都无疑是为企业增加了利润。这也只是为企业创造利润的一个方面。那么，怎样才能微利的时代创造高利，才是关系企业生存的根本问题。在现实的经济社会，企业要想更好地发展，更快地适应这个社会，不被社会所淘汰，控制生产的成本才是更有效的手段。在企业运行过程中，成本的消耗无处不在，用心观察，你的举手之劳改变的将不仅仅是企业的利润。



经济学指导你的生活：

成本的最小化，利润最大化是无数企业经营者的一个重要的追求，成本最小化，更是一种经营的艺术，企业的经营者想要市场中立足就必须压缩自己的成本，提高产品的质量。



年轻的你，拿什么赚取第一桶金——原始积累

面对创业，很多男人最害怕的就是缺乏支撑自己事业的资金源。相对于充满理想化的事业，资金的缺乏显得更为现实些。确实，对于一个男人来说，创业需要花费他们的所有积蓄，其实，这也就是经济学上所说的原始积累。

创业最重要的目的，无非在于追求财务自由，拥有足够的资金，便于自由运用，满足衣食住行方面的需求，而这一切都始于“累积第一桶金”。因为，无论多漂亮的创业规划，缺乏资金当做动力，创业也会成为了空谈。

经济生活中想创业的人很多，然而能够顺利涉足创业的人却很少。当我们真正面临作出创业选择的时候，总会突然觉得问题多多，困难重重，很多无法回避的创业困难自然地就摆在了我们面前，在诸多困难中，创业资金的缺乏，是大多数创业者面临的最大问题，也是最令人头痛而又必须去面对和解决的具体事情。

创业，需要足够的资金。对于想创业和正在创业的朋友们来说，资金是不可缺少的创业条件，有无资金，决定着创业行动是否能够及时展开；创业资金储备的多少，制约着创业规模的大小与进展速度。

但是，并非所有创业者都具备充足的创业资金，可以这样说，绝大部分创业者是根本没有资金或资金严重不足，特别是初次创业和收入、来源比较困难的朋友，他们似乎什么都有了，需要的就是资金，仿佛只要有了资金，自己就一定会创业成功一般。其实，现实中，大多数人都有因资金缺乏带来的困惑和体会。

有些男人面对创业，经常会垂头丧气地抱怨：“大好的赚钱机会都被别人抢走了，我又没有家财万贯的富爸爸，看来我这个可怜的工薪阶层，注定要穷困潦倒一辈子。”这种悲观的想法是非常可怕的，因为这会让你失去很多的机会。众所周



知，由于经济循环、产业变动，每隔一段时间，总是会出现财富重整的机会，如果整天心怀失败主义，怨天尤人，先入为主地否定自己，那么，即使有机会来临，你也不会看到的。

其实，无数成功者的经验告诉我们，贫穷不会世袭，只要努力就一定会有收获，不过问题在于，一旦机会来临，你是否已经作好准备，抓住机会呢？也因此，在现实的经济生活中，积累人生的第一桶金，一定要先屈膝蹲下来，积累能量，等待机会，只有这样，才有本事跳得高、跳得远。

社会生活中，财富基本都是后天创造或通过努力后才获得的（获赠的情况例外），即使非常成功的创业前辈们，他们也照样经历了从无到有的过程；有钱可以创业，没有钱同样可以创业，没有资金，可以通过积累或筹措来获得创业资本金，我们暂且可以把创业的第一个阶段规划为资金的积累或筹措期。

2005年，即将大学毕业的陈豪，偶然发现城市建设中需要大量的天然石板做小区或广场地面的点缀之用，而他的家乡正好有着丰富、优质的青石板资源，于是暗暗决定回家乡开发天然石板加工业务。但是，经反复预算，最少需要10万资金才能勉强小规模地启动项目；通过多方努力，并无多少社会资源的他无法从其他途径获得这部分投资款，怎么办？家境十分贫困的陈豪没有多余的选择，最终只有决定到南方通过打工来积累资金。

在几年的打工生涯中，陈豪最初换了好几家公司，最终选择在一家提成额相对较高的公司中从事器械的推销工作，他非常认真、努力地工作，千方百计总结方法和寻求潜在客户，希望尽可能地通过提高业绩获得更高的报酬；而在生活中，处处节约的他甚至几年里压根就没有想过交女朋友的事，一门心思提高销售业绩为自己的计划积累着资金。

经过五年多的打工生涯，2009年初，陈豪总算艰难地攒足了投资所需要的启动资金，当发觉天然石板市场需求持续增大时，放弃日趋增高的收入，毅然回到家乡投资早已看好的天然石板加工项目；时至今日，陈豪加工的青石板已销到了全国各地的大城市，每天总是有不少庞大的货运车辆等候着装载货物发往各地；通过自己



从无到有的努力积累，陈豪转眼间已从一个打工者演变为当地赫赫有名的石板加工企业的老板，成为了年轻有为的企业家，目前正在计划着投资一个全新的环保项目。

从陈豪的案例可以看出，对于没有任何创业资金的创业者来说，只要有信心，完全可以通过有计划、有目的的打工行为来积累所需要的创业资金，将自己的打工行为，作为创业初期一个资金积累的阶段，除了能积累资金，还可以积累创业所需要的商业经验。

但是，未必所有人都能像陈豪那样幸运，最终能积累到自己需要的资金，他的职业选择、努力程度、节约意识起着很大的辅助作用；对于目前大多过着“月光族”生活的朋友来说，通过打工积累创业资金并不是一件容易的事，需要检讨和总结，只有把打工与自己的创业行为联系起来，通过不断的努力，认真规划，有计划而努力地工作，才有可能获得回报，也才能达到自己积累创业资金的目的！时间不是问题，信心才是关键，这种方法仅适合有信心和计划的人。

对于创业者来说，积累资金显然是一种非常有效和稳妥的途径，非常适合年轻人及初涉创业的朋友。不过，积累资金的过程有时会非常漫长，既需要时间，也需要耐力，同时也需要机遇。

在当前的商业环境下，似乎有的人并不适合去慢慢积累资金，更多人愿意现做现卖，无论自己有没有资金，想到就想干，不想因为时间的推移而丢掉创业投入的最佳时机。而采用筹措资金的方式来迅速获得创业资本金。

其实，当我们面临创业资金不足或短缺时，除了采用上面提到过的资金积累方法外，最有效和最及时的办法就是采用“借”或“贷”的方法来筹集资金，这也是目前创业者和企业家们使用最频繁、最能解决问题的措施之一。



经济学指导你的生活：

对于初步创业者来讲，最大的困难莫过于资金问题。很多人可能会有一个好的项目，然而却苦于没有好的资金作为支撑。其实，这就要求创业者在前期作好充足的资金积累，前期的资金积累的情况往往会决定创业的发展程度。



创业并不是投入越多越好——规模报酬

一般来讲，创业中的男人总是激情澎湃，充满着力量。特别是对于有着充足资金的创业者来说，很容易失去本有的经济理性。在创业的投资上，他们总是认为多多益善，创建的企业规模越大越好，而最后也因此使自己的企业陷入了困难。其实，这就是经济学上的规模报酬理论，也就是说，创业并不是投入越多越好。

在经济学上，规模报酬变化是指在其他条件不变的情况下，企业内部各种生产要素按相同比例变化时所带来的产量变化。一般来讲，企业的规模报酬变化可以分为规模报酬递增、规模报酬不变和规模报酬递减三种情况。也因此，对于创业者来说，对于自己所要经营的企业的资金和规模并不是与所获得的利润成正比的。

例如，一座月产稀土量10万吨的工厂所使用的资本为10个单位，劳动力为5个单位。现在将企业的生产规模扩大一倍，即使用20个单位的资本，10个单位的劳动力，由于这种生产规模的变化所带来的收益变化可能有如下三种情形：

1.产量增加的比例大于生产要素增加的比例，即产量为20吨以上，这种情形叫做规模收益递增。

2.产量增加的比例小于生产要素增加的比例，即产量为小于20吨，这种情形称为规模收益递减。

3.产量增加的比例等于生产要素增加的比例，即产量为20吨，这种情形称为规模收益不变。规模报酬存在着递增、不变和递减三个阶段，规模报酬变化的原因是由于规模经济或规模不经济。

美国第一个诺贝尔经济学奖得主保罗·A.萨缪尔森在《经济学》一书中指出：“生产在企业里进行的原因在于效率通常要求大规模的生产、筹集巨额资金以及对



正在进行的活动实行细致的管理与监督。”一般来讲，从传统成本理论观点看，随着企业规模的扩大，在大规模经济规律的作用下，企业生产成本将不断降低，直到实现适度生产规模。如再继续扩大规模，则会因管理上的不经济而导致成本增加。

不过，规模不经济也有两种：一种是企业规模过小，达不到所属行业要求的最低规模；而另一种是企业规模扩大，超过了一定的限度，产品产量的增加幅度小于生产规模扩大的幅度，甚至产品产量绝对地减少，这两种现象都称为“规模不经济”。

创业者应该注意的是，当自己经营的企业规模扩大以后，对外与市场的协调成本越来越高，内部运行机制的协调难度越来越大，加上管理与指挥系统的复杂化，信息的上传下达速度减慢，边际收益下降，管理效率大大降低，甚至会变成负值，出现规模不经济的现象。

一般来讲，随着企业规模的扩大，内部结构的复杂性增强，这种复杂性是要消耗能量和资源的，这种消耗使规模扩大本来带来的好处相互抵消，化为乌有，所以“就规模不经济”了。这也是为什么很多企业在发展到一定程度的时候，实行多元化发展的战略，向其他的产业转向。

格兰仕强势介入空调、冰箱制冷业就是一个避免规模不经济的好例子。在企业发展的初期，格兰仕一直坚持微波炉的专业化生产，到20世纪末格兰仕已经是世界微波炉的第一大生产商，但格兰仕的生产极限是1 200万台，按照当时的速度，不出两年就会出现微波炉饱和的局面。格兰仕已经将微波炉这种产品做得很透了，基本接近饱和能力，同时也接近规模的平衡点，因为，全世界的消费能力基本上也就是1 500万台，如果再扩大生产，就会出现单台所摊费用增加、增加库存、销售费用增加的局面，出现规模不经济。因此，一向宣称专注专业化的格兰仕不得已也实行了多元化，于是，格兰仕在2000年宣布，将一次性投入20亿元进军制冷行业，形成800万台空调的年生产能力，从专业化迈向多元化。

经济生活中这样的例子很常见，其实报纸的发行也是一个很好的例证，一般情况下，省级以上有点影响的报纸的发行量都比较理想，报纸的发行量越大，单份报



纸的所摊费用就越少，但发行量也不是无限制地大，这里面也存在着一个规模问题，因为，报纸的主要收入靠广告，一期报纸的广告收入是固定的，超过了一定的规模，就会出现单份报纸发行、成本和管理费用增多的现象，就会出现规模不经济。创业中，资金和企业的规模的投资应该与现实中市场的需求和整个行业的状况联系起来，不能盲目地进行创业投资，否则会给自己企业的经营带来严重的影响。

著名经济管理学家弗兰克·奈克有一句经典论述：“在处理和复杂事物中，企业家的能力显然是有极限的。”确实，在现实的经济生活中，大企业必定比小企业复杂，企业规模的扩大，导致出现经营管理上的极限。也就是说，企业规模的扩大，必然伴随组织规模的扩大，组织规模的扩大，必然伴随企业人员的增加，人员的增加又会伴随管理层次的必然增加。总之，企业规模越大，遇到的困难越多。此时，企业如果管理手段、管理方式没有跟上，仍然沿用过去的经验和方法，那么，企业管理的效率就会下降，就会给企业带来管理成本的上升，致使企业管理的总成本增加，产生规模不经济。

对于创业者，明白了这个经济学常识，你也就明白了“批量生产”的好处。它可以大大提高做事的效率，因此使在相同的精力、时间、金钱的成本投入中，产出的每一个商品的成本大大下降，因此产生了规模经济，更加确切地说正是规模报酬递增。也因此，对于创业者来说，要尽可能地追寻规模报酬递增的策略。

经济学指导你的生活：

规模报酬要求企业经营者要注重企业的经营规模，把握好恰当的规模尺度，最大限度地发挥企业规模的效应，实现经济利润的最大化。而不能没有根据市场的需求，盲目地扩大生产规模，这样不但不能给自己增加经济利润，反而会造成资金的浪费，甚至会威胁企业的生存。



用创新开辟新的市场——蓝海战略

近年来各行各业市场的竞争越来越激烈，这对于很多刚刚创业的人来说是一个巨大的考验。很多的创业者由于市场经验和资金等方面的不足而在竞争中变得血本无归，而相比之下，另有一些人则把眼光转向了竞争背后的市场，从而为自己开辟了可观的经济利润，这也就是经济学上所提到的蓝海战略。

蓝海战略这个经济概念是欧洲工商管理学院的W.钱·金教授和勒妮·莫博涅教授提出的，引起了国际工商业界的关注和反响，它很大程度上反映了在当今企业的现实和竞争态势下，全球的企业界对寻求新的战略手段，以实现获利性增长的强烈渴望。作为现代经济领域中的创业者，应该学习借鉴蓝海战略，为企业探索一条增长的新路。

19世纪50年代，美国西部发现大片金矿，无数做着发财梦的人如潮水般拥向荒凉的西部。有个20岁出头的毛头小伙李维·施特劳斯也挡不住黄金的诱惑，放弃了厌倦已久的文职工作，加入到浩浩荡荡的淘金人流中。

李维来到旧金山，由于淘金者甚多，他当机立断，放弃从沙土里淘金，改从淘金者身上淘金。他在当地开办了一家销售日用百货的小店，生意十分兴旺，但是所采购的大批搭帐篷、马车篷用的帆布却无人问津。为处理积压的帆布，李维试着用其裁做低腰、直腿筒、臀围紧小的裤子，兜售给淘金工，由于比棉布裤更耐磨，大受淘金工的欢迎。李维变卖了小百货店，开办了专门生产帆布工装裤的公司。就这样，李维开创了历史——牛仔裤诞生了，也就是现在我们熟悉的李维斯牛仔裤。在鼎盛时期，李维斯牛仔裤在美国市场一年就可以卖掉5亿条。

在现实的市场经济中，市场空间假设由两种海洋组成：一是红海，二是蓝海。



红海代表目前已存在的一切行业，是一个已知的市场空间；而蓝海代表尚未出现的一切行业，即未知的市场空间。一般来讲，在传统意义上呈收缩趋势的竞争市场通常是“红海战略”的特征，而与之相反的是，蓝海战略却要求企业突破这种传统的“血腥”竞争，去拓展一个新的非竞争性的市场空间。即蓝海战略侧重于创造需求与突破竞争。

在红海中，每个产业界限已被划定并为人们所接受，竞争规则已为人们所知，在这个已知市场里，企业与企业间试图击败对手，以获取更大市场份额。而随着市场空间越来越拥挤，利润增长的前途越来越黯淡，残酷的竞争也让红海变得鲜血淋漓。当然，红海永远有其作用，它是商业生活中的一个事实存在。

但是在今天越来越多的产业中，供给都超过了需求，在这种情况下，在日益萎缩的市场中为份额而战，却不足以维持企业不断增长的需求。创业者要超越竞争这一境界，必须开创蓝海，以抓住新的利润和增长的契机。因为蓝海代表着亟待开发的市场空间，代表着创造新的社会需求，代表着企业高利润增长的机会，创业者们应该更加关注蓝海，身陷红海的企业用的都是常规的方法，也就是在已有的产业秩序中树立自己的防御地位去击败对手；而蓝海战略根本不以竞争对手为标杆，而是采用完全不同的战略逻辑，也就是价值创新。

在被开垦的蓝海空间，这里存在着创造需求和实现利润飞速增长的机会。在现实中，有一些蓝海是在现有的红海领域以外创造出来的，可这并不会妨碍蓝海战略的作用，还有绝大部分蓝海是通过扩展已存在的产业边界而形成的。

尽管还有很多创业者对蓝海感到新鲜和陌生，可是它在我们身边却是由来已久，是过去与现在以及未来一切经济生活固有的组成部分。在市场经济中，企业如果想在充满竞争的红海中生存发展，最佳选择就是在红海市场中开辟一片蓝海市场，也就是开发出新的市场空间，创造出新的市场需求，这样才是突破竞争的一个重要手段。

创新产品、挖掘和引领顾客的需求，在今天的红海战略中已被许多企业作为战略手段采用。尽管这种追求差异化的手段在一定的时间内能够实现某种垄断，不过



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

需要指出的是，从长远来看，最终还是无法摆脱竞争这个宿命。因为，在蓝海战略取得成功以后，必然会出现竞争对手跟进与模仿的现象，而这时蓝海又会在短期内变成红海，所谓的蓝海也就会成为昙花一现，因此蓝海的创业者们就要继续开发新的蓝海。

不过，需要指出的是，由于企业的内外环境不断变化，再加上未来环境的不可预知性，蓝海在发展到一定的程度以后，就极有可能会进入“死海”。可以说，竞争是企业的宿命，也是一种市场游戏规则。创业者如果想实现可持续发展，就不能只追求利益，而忽视其他社会群体，而应该将社会责任扩展到整个社会关系上来。

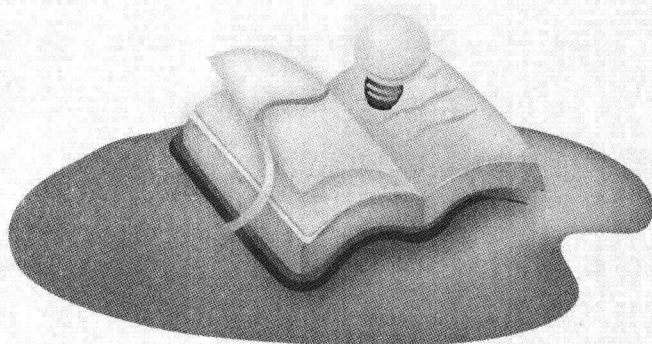
蓝海战略是一个创新的战略。面对着市场的激烈竞争，创业者必须理性地看待市场，采用全新的创业理念去开辟市场，避开竞争，这也是蓝海成功之道。



经济学指导你的生活：

蓝海战略是一种新的经济战略，它的成功之处在于突破传统行业的经营领域，开辟出新的经济发展领域，这种战略一般具有超前性，前期往往发展比较快，所取得的经济利润也会比较丰厚，而到最后随着竞争者的逐渐的加入，也会逐渐失去了原本的优势，这也是投资者需要注意的一点。

第4章 把雪球滚大的智慧——投资理财要懂经济学





今天的投入是为了明天的收获——投资

说到投资或许很多人并不陌生。随着经济的发展，人们的收入也相应增加，很多人喜欢把生活节余的钱用在各种各样的投资中。投资可分为实物投资、资本投资和证券投资。前者是以货币投入企业，通过生产经营活动取得一定利润。而后者是以货币购买企业发行的股票和公司债券，间接参与企业的利润分配。

经济社会投资的一句箴言：“不要把所有的鸡蛋放在同一个篮子里”意味着要分散风险；“不要一个篮子里只放一个鸡蛋”，即组合投资并不意味着把钱过度分散，过度分散反而会降低投资收益；“把鸡蛋放在不同类型的篮子里”，这样组合才能发挥投资的优势。

随着经济的不断发展，投资和人们的生活越来越紧密，已经成为许多人生活的重要组成部分。所以，我们很有必要对投资的概念及内涵进行探讨。根据经济学上的定义，投资是指牺牲或放弃现在可用于消费的价值以获取未来更大价值的一种经济活动。投资活动主体与范围非常广泛，在此我们以个人投资为例来对投资进行解释：

如果你手上现有1 000元闲钱，你可在周末带全家出游后上酒店吃一顿大餐，大家可以过个愉快的周末，或者买一件高档的衣服。但你可存入银行，以获得利息，或者买入股票或基金，等待分红或涨升，或者从古玩市场买入字画，等待增值，或者参股朋友所开的小店，分得利润。前面一种情况就是花掉金钱（价值），获得消费与全家的享受；后面几种情况就是放弃现在的消费，以获得以后更多的金钱，这就是投资。

再简单来说，让你的本金在未来能增值或获得收益的所有活动都可叫投资。消



费与投资是一个相对的概念。消费是现在享受，放弃未来的收益，而投资是放弃现在的享受，获得未来更大的收益。

投资的资本来源既可以通过节俭的手段增加，如每个月工资收入中除去日常消费等支出后的节余，也可以通过负债的方式获得，如借入贷款等方式，还可以采用保证金的交易方式以小博大，放大自己的投资额度。从理论上来说，其投资额度的放大是以风险程度的提高为代价的，它们遵循“风险与收益平衡”的原则，即收益越高的投资则风险也越大。所以说任何投资都是有风险的，只是程度大小不同而已。由此可见，只要是投资就有赌博的成分在里面，因为未来的预期往往会随着现实的变化而变化。如果现实按照你的预期方向发展，你就赌赢了，会获得很好的投资回报；如果现实没有按照你的预期方向发展，你就赌输了，就会遭受亏损。

具体来说，个人投资的主要成分包括金融市场上买卖的各种资产，如债券、股票、基金、外汇、期货等，以及在实物市场上买卖的资产，如房地产、金银珠宝、邮票、古玩收藏等，或者实业投资，如店铺、企业等。

不管是投资股票、基金还是房地产，普通人都希望找一种既安全，又可以带来投资回报的方法，因为大多数普通人可能一生只投资一到两套房产，或者把退休金或其他的余钱拿出来放在股市里，因为自己是没有精力也没有这个专业知识去投资，无论投资什么，回报和安全都是百姓最为关注的问题。听到有人投资赚了100万，你不要眼红，而是看他投入多少，看回报率一定要看收益和投入的百分比，而且还要看风险，他的操作手段，有多大风险，自己是不是能够承担得起。

投资是生活中的大事，完全不亏损谁也不能保证，但是如果能按照以下的原则投资，一定会让你最大化地减少风险：

1. 在不知道该投资什么的时候，千万要把钱紧紧地攥在手里，不要轻易投资，如果决定投资股市了，在不知道该选择哪只股票的时候，也千万不要投资。如果一个公司你不能用一句话来描述它，就不要买它的股票，一句话，诸如，这家公司成长速度很快，这家公司潜力很大，而不是啰唆地讲一堆这个指标，那个指标，结果却没有一个明晰的判断。这种方法也适合于房产，购买哪个房产公司的房子，也可以这



样来思考。

2. 不要期望过高，投资里最忌讳的是贪欲，当你期望过高的时候，你就容易做梦，醒不了，要知道很多情况下，投资的回报率能达到10%就已经很不错了。你期望你的投资回报率能涨到多少，总想吃最大的西瓜，结果很可能是连芝麻也吃不到。不要看到某只股票上涨，你也就去追捧，记住，公司的股票和公司是有区别的，有时候，股票只是一家公司不真实的影子而已。

3. 不要低估风险，在购买股票的时候，不要想着自己赚多少，而是要先想自己能赔多少，而且不要相信债务大于资金的公司有什么法宝，尽量不去操作ST股票（对财务状况或其他状况出现异常的上市公司股票交易进行特别处理，由于“特别处理”，在简称前冠以“ST”）。有的公司现在股票市值虽然好，但是它们可能通过发行股票或借贷来支付股东红利，但终归有一天会陷入困境的。

4. 不要把鸡蛋放在一个篮子里，除非你非常有钱，否则就不能把赌注放在一两个公司上，也不要相信那些只关注一个行业的投资公司。

5. 赢利是判断公司股票走势的唯一指标，无论分析师和公司怎样吹嘘，记住一个原则，赢利，就是赢利，这是唯一的标准，而且坚持投资一定要自己独立判断，不受别人影响。

对于很多的男人来说，投资本身玩的也是数字，所以科学地计算利润就很必要，要有真实的数据依据。一切盲目的，凭感觉走的投资都是非理性的，这样很容易使你血本无归。



经济学指导你的生活：

投资是人们财富增值的一个重要的方式，不过投资不仅意味着利润同时也存在着风险，这是每一个投资者在进行投资前，必须考虑的事项。如果盲目地进行投资只能给自己的资金带来风险，严重者甚至血本无归。



在机会与风险中“淘金”——股票

由于股票具有高收入、高风险的特性，因此股票投资成为很多喜欢冒险的人投资理财的方式。很多的男性在股市的起伏中体验快乐，收获财富。不过股市有风险，想在大盘中捞钱，在瞬息万变的股市中立足，要有好的心态。炒股的心态和炒股的技术是炒股男人的两翼，缺一不可。

股票至今已有将近400年的历史。股票最早出现于资本主义国家。在17世纪初，随着资本主义大工业的发展，企业生产经营规模不断扩大，而由此产生的资本短缺、资本不足便成为制约着资本主义企业经营和发展的重要因素之一。很多的经营者为筹集更多的资本，于是就出现了股份公司形态，即由股东共同出资经营的企业组织。这种组织进而又将筹集资本的范围扩展至社会，产生了以股票这种表示投资者投资入股，按出资额的大小享受一定的权益和承担一定责任的有价凭证，并向社会公开发行，以吸收和集中分散在社会上的资金。

近几年，股票成了男性竞相追逐的投资理财热点，入市的股民如过江之鲫。在高收益与高风险并存的股市中，很多人一夜暴富，也有很多人一败涂地。其实这一切取决于很多的因素，这不仅仅需要具备胆略，更要具备一定的股票知识。

从投资学上讲，股票市场是个均衡与失衡交替的世界，如果我们将失衡分为价格过低的负向失衡和价格过高的正向失衡，那么成功投资的奥妙就在于，在价格低于均衡价格很多、负向失衡明显、空方非常脆弱的时候，买入股票；而在价格高于均衡价格很多、正向失衡明显、多方非常脆弱时卖出股票。也因此，这就需要你具备着一定的市场判断能力，准确地解读股票的内在信息。

也因此，人们在买股票的时候，对上市公司股票进行比较科学的合理估值是非



常必要的，当其市场价格低于估值时就有投资价值，就可以买进。股票投资，主要是分析其基本面和成长性两个方面，学会分析其静态、动态市盈率等。

股神巴菲特最压身的绝技不是对股票这种虚拟经济物有多深的理解，而是在于他把股票当做超市里的火腿肠、啤酒等那样的普通商品来对待。其实，股票的价值投资的精髓就这么简单直白，一点儿也不玄奥神秘。不过，遗憾的是，多数人在股市上一反常态。当市场扶摇直上时，总是习惯于把赌注下在这些热门股上，希望其能永驻高峰。于是，一旦它们停下疾驰的步伐时，投资者自然要深受其害。

其实，在股市上最好的投资方式就是长线投资。长线投资也是股神巴菲特多年以来驰骋股票市场的一个重要的手段。这也就成了巴菲特的价值投资。所谓的价值投资就是选好有成长潜力的公司，购买股票，长期持有，巴菲特号称是决不做短线。所以很多中国人都学习巴菲特的思路，买一只股票长期持有。于是有的投资人就买了中国工商银行的股票，不管市场行情如何波动，他一样不管，一句话：他要学巴菲特，一笔投资持有好几年。可是没见什么成效，高涨时候也不抛，低谷的时候也不放弃，最后还是收效甚微。

如果这笔投资，去做别的生意，也许早就赚得不止这个数字了，巴菲特的长期投资价值观到底适不适合中国股市？有些股民对巴菲特丧失信心了，因为他们觉得巴菲特的投资理念对自己来讲没有任何意义。如果巴菲特只做长期持有，那么他在2008年抛售中石油说明了什么？他短线也做。这足以说明了，股场上只要赚钱他都做。一个真正的投资家永远不会把投资的诀窍告诉别人，所以巴菲特对媒体讲的公开的投资技巧也只是大众的投资理念而已。

股票的价值投资在成熟市场中已经历经时间的检验，彰显出了巨大生命力，是理性投资者应当遵循的持续稳定的赢利模式。相比之下，由题材、消息等驱动并因充裕流动性而不断强化的短线投机交易则具有极大的偶然性及较高的风险性。

不过需要指出的是，长线的投资比较适合那些财大气粗的男人，而对于那些普通的散户，最好是根据自己的经济状况来决定。据权威的理财专家介绍，散户还是适合做短线赚钱，拿出几万来，去长期持有一个公司的股票，还不如在短线上挣足



了钱，再重点投入一个公司的股票，重仓持有。

现实中如果人们都觉得长线是有道理的，都去做长线，但不知道资本的一个基本常识，就是等量资本带来等量利润。当资本很少的时候，你去投资长线，即使10年之内给你带来的利润率很高，也不如你把大量资本放在利润率低的项目上所获得的利润高。

打个极端的比喻，你把1元钱投资在一个项目上，利润率是100%，和你把1 000元投资在一个项目上，利润率只有1%，哪个项目会有更多利润呢？1元钱的项目你可能获得1元利润，而1 000元的项目，你却赚了10元钱。如果第一个项目你要坚持10年，第二个项目就需要1年，那么你第一个项目的投资是10年获得1元，而第二个项目的投资却是10年获得100元，所获得的利润是第一个项目的100倍。如果我们把1 000元用于长线持有呢？10年之后，我们获得了1 000元的利润，远远大于第二个项目10年的投资收益。这也就说明了如果资金少根本不适合去做长线持有，应该短线搏击。

也因此，在股场上选择什么样的股票投资方式就必须与自己的实际经济能力相联系，找一个比较理性的经营点。总之，股票投资虽然可以让人一夜之间成为百万富翁，但也可以让人一夜之间穷困潦倒，这是每一个走进股场的男人所要注意的。

经济学指导你的生活：

股场如战场，在众多的理财投资产品中，股票可以算是风险系数最高的投资方式。很多初入股场却野心勃勃的人，往往在最后输得血本无归。炒股需要知识为先，在踏入股场的时候，专业的知识是非常必要的，同时投资者一定要慎重和冷静，千万不要因为股价上涨就盲目跟风买入，盲目地跟风炒作，那样风险巨大。

给未来系好安全带——保险

很多人对保险并不感兴趣，认为保险的收益太低，他们宁可把资金投在相对风险较高的股票、债券等项目上。其实，这是一个错误的理财观，真正懂投资的人都知道：不要把鸡蛋放在同一个篮子里。聪明的投资人总是喜欢把资金四等分，平均投资在股票、债券、房地产和保险上。前面三项遭遇失败时，保险却能及时保障他们的生活经济来源，这正体现出保险是一种特殊的投资。

一般来讲，保险是指投保人根据合同约定，向保险人支付保险费，保险人对合同约定的可能发生的事故因其发生所造成的财产损失承担赔偿责任，或者当被保险人伤残、死亡、疾病或者达到合同约定的年龄、期限时承担给付保险金责任的商业保险行为。

公元前1000年，地中海是东西方贸易的重要交通要道。有一次，海上电闪雷鸣、风雨交加，一支商船船队满载货物在波涛汹涌的大海上时沉时浮。眼看狂风巨浪越来越猛烈，商船时刻都有倾覆沉没的危险，船队队长当机立断，命令全部商船向大海中抛弃货物！各船船舱中最靠近甲板的货物被扔进大海，船只重量变轻了，终于躲过一劫。风暴过后，各商船清点损失的货物，有的货主损失得多，有的则损失得少，为了公平起见，最终所有损失由所有货主共同分担。这种共同承担风险损失的办法，就是近代保险的萌芽。

人们因为厌恶风险而规避风险，保险就应运而生。保险是人们为了对付由意外事件——疾病、事故或其他不幸——引起的财务风险而购买的安全性。人们向保险公司支付保险费，换一个承诺，即如果所保险的事件发生，保险公司将进行赔偿。保险并没有消灭风险，而是转换了风险：风险原来由投保人自己承担，现在由

保险公司承担。

大多数人认为理财就是通过各种投资工具让手边的财富不断增长。不过现实中要建构一个基础稳固的理财金字塔，至少需包含三个层次。最底层是保本架构，而中间一层是增长架构，最上一层则是节税架构。理财的金字塔要高要大，底层的保本结构就是关键。保本结构主要由两个部分组成，一个是没有风险的投资组合，譬如，活存、定存、保本基金等等；另一个就是保险。

我们一辈子可以赚到的钱，要靠时间、工作能力与理财等手段来获得，一般来讲，理财可以自己来做，也可以借由理财经理的帮忙来实现理财目标。不过，能否拥有足够长的工作时间与工作能力，有一个部分无法掌控，那就是病、残、死、医。常言道：天有不测风云，人有旦夕祸福。其实，只要你每天翻开报纸，就一定可以看到很多人不幸发生意外，轻则受伤，重则死亡，受伤不能工作与死亡对一个家庭造成的经济与财务冲击非常大。

于是就会出现各种各样的生活困境：因为少了最重要的家庭收入，孩子可能没办法接受更好的教育，甚至必须提早进入社会工作；没有保险理赔金的家庭，可能因为缴不出房屋贷款，被银行强制收回房屋而必须搬家；你的另一半因为要一肩扛起家庭经济重担，必须出外工作或是兼职多赚一份收入，对孩子的关照减半……

白某是上海的一个生意人，有一个当公务员的妻子和一个六岁的女儿，白某的生意做得很顺，家庭条件很优越，这是一个非常幸福的家庭。2005年，在一位保险业务员多次的拜访下，他终于答应从这位业务员这里买保险，他给自己的女儿买了一份教育险和一份分红型的养老险，尽管这个业务员一再对他说要先给他自己买一份保险，可他总是说，给孩子买了就行了。这样，他自己整天在外面却没有任何保险。2006年的夏天，白某和妻子开车在高速公路上行驶时被一辆车从后面超车时撞上了，造成几车连撞，两人当场死亡，留下了一个年仅七岁的女儿……除了孩子的妈妈是公务员有800元的丧葬费，夫妻俩没有任何带身故责任的寿险。而成了孤儿的女儿这时的保费也没有来源了，不仅没有了父母，她的教



育险和养老险也中断了。

可见，保险是生活中必不可少的风险“防火墙”。事实上，保险是以明确的小投资，来弥补不明确的大损失，保险金在遭遇病、残、死、医的重大变故时，可以立即发挥周转金、急难救助金等活钱的功能，生活中许多实际案例也表明很多家庭如果没有这笔理赔收入，可能就要靠社会救济或公益捐助才能挺过难关。也因此，保险支出应该列为家庭最重要最优先的一笔投资，这一点是不能轻视的。

从社会形式上讲，保险实际上是一种分散风险、集中承担的社会化安排。是“我为人人，人人为我”的制度。保险公司不过是公平合理地管理、收集、分配这些互助基金的中间人而已。我们平时帮助人愈多，当发生急难时，别人也帮助我们愈多。从经济学角度看，保险是对客观存在的未来风险进行转移，把不确定损失转化为确定成本——保险费。拿意外伤害来说，我们每个人每时每刻都面临着遭受意外伤害的风险，但谁也无法确定到底会不会发生、何时发生，有时一旦发生，有可能非常严重，沉重的医疗费用甚至会使一些家庭走向崩溃的边缘。保险则由保险公司把大家组织起来，每个人缴纳保费，形成规模很大的保险基金，集中承担每个人可能发生的意外伤害损失。可见对于个人而言，保险就是在平时付出一点儿保费，在发生风险的时候获得足够补偿，不致遭受重大冲击。

保险中的可保风险仅指“纯风险”，就是只有发生损失的可能，而没有获利的可能，比如身体生病、财产被偷等就是纯风险。投资股票就不是纯风险，因为投资股票不仅可能亏损，也可能赚大钱。所以，保险公司是不会为股票投资上保险的。

保险的分类标准非常多，不同的学者有不同的分法。根据不同的标准，可以将保险分为若干类型。我们主要使用以下五个标准：被保险人、保险标的、实施的形式、业务承保方式、保险机构的性质，把保险分为五大类。

1. 个人保险与商务保险

根据被保险人的不同，保险可分为个人保险和商务保险。个人保险是以个人



或家庭作为被保险人的保险。商务保险是以工厂、商店等经营单位作为被保险人的保险。

2. 财产保险、人身保险与责任保险

根据保险标的不同，保险可分为财产保险、人身保险和责任保险。财产保险是以物或其他财产利益为标的的保险。广义的财产险包括有形财产险和无形财产险。人身保险是以人的生命、身体或健康作为保险标的的保险。责任保险是以被保险人的民事损害赔偿责任为保险标的的保险。

3. 强制保险与自愿保险

根据实施形式的不同，保险可分为强制保险和自愿保险。强制保险又称法定保险，它是由国家颁布法令强制被保险人参加的保险，如交强险、建工险、公众责任险等。自愿保险是在自愿协商的基础上，由当事人订立保险合同而实现的保险，绝大部分保险属于这一类。

4. 商业保险与社会保险

根据国内保险机构的性质，保险又可分为社会保险和商业保险。对个人投保而言，社会保险是基本，商业保险是补充。

社会保险是指国家通过立法强制实行的，由个人、单位、国家三方共同筹资，建立保险基金，对个人因年老、疾病、工伤、生育、残废、失业、死亡等原因丧失劳动能力或暂时失去工作时，给予本人或其供养直系亲属物质帮助的一种社会保障制度。社会保险具有强制性、法制性、固定性等特点，每个在职职工都必须实行，所以，社会保险又称为（社会）基本保险，或简称为社保。

5. 原保险与再保险

根据业务承保方式的不同，保险可分为原保险和再保险。原保险是指保险人对被保险人因保险事故所致的损失承担直接的、原始的赔偿责任的保险。再保险是原保险人以其所承保的风险，再向其他保险人进行投保，与之共担风险的保险。

总之，保险是我们经济生活中一种明智而又重要的选择。一般来讲，只要你每



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

年缴纳的保费是在合理的收入比例范围内，保险支出对你的整体投资计划是不会有影响的，相反，它还能个人风险筑起一道最坚固的防护网。



经济学指导你的生活：

保险是生活中必不可少的风险“防火墙”，它以明确的小投资，来弥补不明确的大损失，特别是在危机的关头，保险金往往能起到“救命钱”的作用，给予危机中的人们一个最后的经济的安慰和补偿。

男人最迅速的财富增值工具——复利

对于男人来说，投资的最佳时机就是在你拥有资本的时候，让投资成为一种生活习惯，就像吃饭和睡觉一样自然，每个星期都进行投资。如果你一生都在投资，那么你一定变得富有。其实，“钱赚钱”比“人赚钱”还要迅速简单的关键即在于“复利”效果，这个被爱因斯坦称为比原子弹还要具有威力的工具，简单地说就是“利上加利”。

有一个古老的故事：从前，有个国王一直心情不好，发布公告说如果谁能使国王的心情舒畅，将满足他一个愿望，这个愿望是什么都可以。于是，有一个人自告奋勇地觐见，说可以治愈国王的病。这人就是发明国际象棋的人，他把象棋推荐给国王，国王玩过之后非常高兴，心情也开朗了，于是问这个人，你有什么愿望或者说想要什么就尽管说吧。这个人就说：“陛下，我的愿望很简单，就是您把这个棋盘放上米粒就可以了，放的标准是这样的，在第一个格子上放2粒米，第二个格子上放4粒米，第三个格子上放16粒米，以此类推，一直放到棋盘的最后一个格子。”国王说，这简单呀，吩咐仆人抬两袋米来，按照要求放米，两袋米很快放完了，又拿了几袋也一会儿就放完了，这时一个谋臣说，我们先算一下需要多少米吧，于是就进行了详细的计算，不算不知道，一算还真吓了一跳，原来最后那些格子需要的米数是个天文数字，因为第64格要放2的64次方等于18446744073709551616粒米。整个国家足足需要10年才能生产出这么多米！国王即使将国库所有的粮食都给他，也不够其要求的百分之一。这就是复利的魔力。曾经有人问爱因斯坦：“世界上最强大的力量是什么？”他的回答不是原子弹爆炸的威力，而是“复利”。

很多投资人在计算投资回报时，常常喜欢用利滚利来形容某项投资的回报高，



如果用专业的理财术语来表示，利滚利就是复利。复利指的是把投资所获取的利息或赚到的利润加入本金，继续赚取回报。举例来说，假定某投资工具每年有10%的回报，以单利计算，投资100万元，每年可以赚10万元，10年可以赚100万元，多出一倍。但如果以复利计算，年获利也是10%，但每年实际赚取的金额却会不断增加，以前述的100万元投资来说，第一年赚10万元，本金变为110万元；第二年赚的就是110万元的10%，即11万元，依此类推，第三年则是12.1万元，等到第十年总投资获利是近160万元，比本金多出了1.6倍，这就是被爱因斯坦称为世界第八大奇迹的复利的魔力了。

虽然起点很低，甚至微不足道，但通过复利则可达到人们难以想象的程度。但复利不是数字游戏，而是告诉我们有关投资和收益的哲理。在人生中，追求财富的过程，不是短跑，也不是马拉松式的长跑，而是在更长甚至数十年的时间跨度上所进行的耐力比赛。只要坚持追求复利的原则，即使起步的资金不太大，也能因为足够的耐心加上稳定的“小利”而很漂亮地赢得这场比赛。

一个人怎么样能够成为一个百万富翁？其实这个问题最简单的解决方式也许会让很多的男人为之一惊。比如：一位22岁刚从大学毕业的学生，他每月存300元用于六年期基金定投，假设年收益率为10%，则到这位学生28岁时，当他由于家庭消费的需要不再继续投资时，他投入的资金为2 600元。但是即使不考虑通货膨胀，等到这位学生65岁时，他的财富也将上升到100万元。也就是说，这位学生只要在前期投入就可以轻松地实现百万富翁的梦想。这也许有点天方夜谭，然而这就是复利的魅力所在。

复利最大的魅力有两个，一个是时间，另一个是收益率。一般来讲，在相同收益率的情况下，时间越长收益越大，并且收益会越来越高。比如，以10%收益率为例，5年后资产将为1.6倍，而10年后资产将是2.59倍，20年后资产是6.73倍，30年后资产将是17倍，同样的收益率由于时间的不同收益差异将非常大，而不是简单的数字累加。在相同的时间下，收益率越高，整体收益也越高，并且差异会非常大，以30年为例，如果收益率为10%，则资产会翻17倍多一些，而如果是15%，则30年后的



资产将翻66倍多，而20%的收益率资产将翻237倍还多，收益率仅仅增加了一倍，而收益却翻了10倍还多。

1966年，斯兰黑不动产公司在美国田纳西的一个银行存入一笔6亿美元的存款，存款协议要求银行按每周1%的利率复利计息。1994年，纽约布鲁克林法院作出判决：从存款日到对该银行进行清算的七年中，这笔存款应按每周1%的利率复利计息，而在银行清算后的21年中，每年按8.54%的利率复利计息。

在经过28年的时间后，田纳西银行的存款应支付额由28年前的6亿美元增加到了1 260亿美元，增加幅度为210倍，增加速度之快，让世人感到震惊。资金时间价值决不容忽视，这也是复利的可怕之处。

因此，我们完全可以把复利应用到自己的投资理财活动中。假设你现在投资1万元，通过你的运作每年能赚15%，那么，连续20年，最后连本带利变成163 665元了，想必你看到这个数字后感觉很不满意吧？但是连续30年，总额就变成662 117元了，如果连续40年的话，总额又是多少呢？答案或许会让你目瞪口呆，是2678 635元，也就是说一个25岁的年轻人，投资1万元，每年赢利15%，到65岁时，就能获得200多万元的回报。当然，市场有景气有不景气，每年都挣15%难以做到，但这里说的收益率是个平均数，如果你有足够的耐心，再加上合理的投资，这个回报率是有可能做到的。

由此可见，在复利模式下，一项投资所坚持的时间越长，带来的回报就越高。在最初的一段时间内，得到的回报也许不理想，但只要将这些利润进行再投资，那么你的资金就会像滚雪球一样，变得越来越大。经过年复一年的积累，你的资金就可以攀登上一个新台阶，这时候你已经在新的层次上进行自己的投资了，你每年的资金回报也已远远超出了最初的投资。

从另一方面来看，复利的巨大作用也会从投资者的操作水平中体现出来。因为，为了抵御市场风险，实现第一年的赢利，投资者必须研究市场信息，积累相关的知识和经验，掌握一定的投资技巧。在这个过程中，需要克服一些困难，但投资者也会养成一定的思维和行为习惯。在接下来的一年里，投资者过去的知识、经验



和习惯会自然地发挥作用，并且又会在原来的基础上使自己有一个提高。这样坚持下来，使投资者越来越善于管理自己的资产，进行更熟练的投资，这是在实现个人投资能力的“复利式”增长。

这种由复利所带来的财富的增长，被人们称为“复利效应”。不但投资理财中有“复利效应”，在和经济相关的各个领域其实广泛存在着复利效应。比如，一个国家，只要有稳定的经济增长率，保持下去就能实现经济繁荣，从而增强综合国力，改善人民的生活。从这个角度来看，“可持续发展”这个时髦的词，实质上是追求复利的另一种说法。

从广义上来看，人生中也有和复利效应类似的道理。比如，一个人一年取得的成就也许微不足道，但如果他每年都能在过去的基础上前进，长期地积累，就会获得巨大的成就。人生的价值虽然难以用复利的计算方法进行数字计算，但随着时间的推移，同样的起点却导致不同的人生。在个人成就上，不同的人之间可以有遥不可及的距离。人年轻时可能起点差不多，理想也差不多，但是一生的成就却千差万别，有的成就斐然，有的则一事无成，庸庸碌碌一生。

可以说，复利是一种思维，是一种以耐心和坚持为核心的思维方式。如果我们能充分利用复利思维，不管是投资还是人生，都会有不错的回报。

经济学指导你的生活：

复利是一种可怕的财富增值器，虽起点小，却能无限地增值。人们在经济生活中理财的时候，一定要注重小财的积累和增值，利滚利、钱生钱，这是理财的最终追求。



懒人专业的理财顾问——基金

随着经济的发展，人们身边的理财产品也越来越丰富。各种各样的理财产品充斥我们的经济生活。基金由于其收入的稳定性、可选品种的多样性、抗风险能力较强，而受到了很多投资者的青睐。

对于资金上的投资，不同的男人有着不同的理解方式。但对于金融上的理财，特别是基金和股票之间的抉择更是让很多的男人左右为难。买股票很多的人则害怕因为股场的风险而使自己变得血本无归。而对于买基金，很多人则一方面承认自己不如那些专门搞投资理财的人专业，另一方面把钱拿给别人去投资自己又不放心。

下面看看投资者王先生的基金之路。王先生和大多数人一样，拿不准自己炒股还是交由基金打理，于是作出一个近乎完美的决定，一半资金交由基金打理，一半用来自己投资，比一比，看看它们的收益哪个高。多年的实践，最终证明半个基民远胜半个股民。2001年9月，股市见顶2245点，随后步入漫漫熊途。不巧，王先生就是在这么一个最高点兴冲冲地入了市。当时基金通乾通过网上申购，上市首日最高价1.05元，最低0.99元，王先生在当天花了2万元，买了两万份，接下来就是痛苦的等待和煎熬。到了2005年9月，基金通乾拦腰截断，跌至0.46元。

王先生的基金面值跌得一万都没有了，但他咬咬牙坚持住了，没有卖掉。再后来慢慢开始反弹，在0.5元的价位上又买入了4万份，总共持有6万份，本金4万元左右。之后股市一路走牛，在2006年12月、2007年4月和9月给予了三次分红，每份各分得0.14元、0.16元和0.3元，共得红利3.6万元。此外按照7月1日，每份2.2元计算，市值13.2万元，加上红利，除去本金，净得12.8万元，翻了两倍多。

而王先生炒股的业绩相比之下逊色很多，几经浮沉，虽然最终没有亏钱，但是



也没有赚到，而且劳神费力。但是能像王先生这样一持有就是六年的人又有多少呢？大多数人都受不了市场的涨涨跌跌，过早出局了。其实投资基金，心态很重要，要以储蓄的理念，不计较短期的波动才能在等待中取胜。

在现实的经济生活中，基金以其特殊的理财方式逐渐地走进了很多人的家庭。一般来讲，基金有广义和狭义之分，从广义上说，基金是机构投资者的统称，包括信托投资基金、保险基金、公积金、单位信托基金、退休基金，各种基金会的基金等等。在现有的证券市场中的基金，包括封闭式基金和开放式基金，基金具有收益性功能和增值潜能的特点。不过，从会计角度分析，基金是一个狭义的概念，它特指具有特定目的和用途的资金。因为事业单位与政府的出资者不要求投资回报和投资收回，但要求按法律规定或出资者的意愿把资金用在指定的用途上，而形成了基金。而我们现实中所说的基金通常指证券投资基金。

证券投资基金是指通过发售基金份额，将众多投资者的资金集中起来，形成独立资产，由基金管理人管理，基金托管人托管，以投资组合的方法进行证券投资的一种风险共担、利益共享的集合投资方式。而证券投资基金是一种间接的证券投资方式。基金管理公司通过发行基金单位，集中投资者的资金，由基金托管人（即具有资格的银行）托管，由基金管理人管理和运用资金，从事债券、股票等金融工具投资，然后共同分享收益、共担投资风险。

债券基金因为具有专业经理人管理操作、投资金额较低及节税等好处，相对于直接从事债券投资，门槛降低许多，再加上目前实质收益率也可维持在银行定存之上，也因此成为目前最热门的投资工具之一。不过由于国内外债券基金种类繁多，应先了解特性、其投资范围以及适合的用途，配合自己的期望承担风险与报酬来选择不同的基金。

与债券、股票、外汇等投资工具一样，证券投资基金也为投资者提供了一种投资渠道。那么，与其他投资工具相比，证券投资基金具有哪些特点呢？

首先，证券基金是集合理财，基金将众多投资者的资金集中起来，委托基金管理人进行共同投资，这种基金表现出一种集合理财的特点。通过汇集众多投资者的



资金，达到积少成多，这样有利于发挥资金的规模优势，降低投资成本。通常来讲，基金由基金管理人进行投资管理与运作。也因此，这些基金管理人一般拥有大量的专业投资研究人员和强大的信息网络，能够更好地对证券市场进行全方位的动态跟踪以及分析。将资金交给基金管理人管理，中小投资者也能享受到专业化的投资管理服务，这样既组合投资又能分散风险。

从投资的理念上来讲，“组合投资、分散风险”的科学性已为现代投资学所证明。一般来讲，中小投资者由于资金量小，无法通过购买不同的股票分散投资风险。基金通常会购买几十种甚至上百种股票，这样投资者购买基金就相当于用很少的资金购买了一篮子股票，虽然股票具有一定的风险性，某些股票下跌造成的损失可以用其他股票上涨的赢利来弥补。

这样，基金投资能实现风险共担、利益共享。基金的投资者一般是基金的所有者。基金投资收益在扣除由基金承担的费用后的盈余全部归基金投资者所有，并依据各投资者所持有的基金份额比例进行分配。为基金提供服务的基金管理人、基金托管人只能按规定收取一定的管理费、托管费，并不参与基金收益的分配。

值得投资人信任的是，基金是严格监管，信息透明的。在基金的管理中，中国证监会为切实保护投资者的利益，增强投资者对基金投资的信心，对基金业实行比较严格的监管，国家通过立法手段对各种有损投资者利益的行为进行严厉的打击，并强制基金进行较为充分的信息披露，保持透明度也是投资者最放心的一点。

基金管理人负责基金的投资操作，而本身并不经手基金财产的保管。而基金财产的保管由独立于基金管理人的基金托管人负责。这种相互监督、相互制约的制衡机制对投资者的利益提供了重要的保护。管理权、托管权、所有者三者分开从而保证资金运行的安全，从这点上来讲，基金比其他的理财工具更加能保障安全。

总的来说，投资基金就是汇集众多分散投资者的资金，委托投资专家，再由投资管理专家按其投资策略，进行统一的投资管理，为众多投资者赢取经济利益的一种投资工具。另外，基金的投资理念，不是一夜暴富，而是跑赢时间，跑赢货币贬值和通货膨胀，这也是每一个投资者所要明确的。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

投资基金不同于投资股票，基金投资收益讲究的是循序渐进的投资理念。这就要求基金的投资者，在投资之前作好相应的心理准备。基金的风险性是相对比较小而已，并非没有任何风险，也因此，投资者涉入时一定要谨慎，最好的方式就是择时而进，懂得知足。



男人资产保值增值的宝贝——购置黄金

在股市暴跌，楼市震荡的背景下，很多投资者再次将目光聚焦到黄金上，从而推动金价不断上涨。从黄金投资群体年龄来看，逐步向年轻化、多元化格局过渡，投资群体也从高收入人群走向中产阶级，实物黄金依然最受青睐。目前纸黄金、实物金条、黄金现货延期交收业务等黄金投资业务，都呈现交易增长态势。

继“股民”、“基民”之后，“金民”又成投资新一族。特别是在前段时间，股市连续下挫，而黄金的价格却在节节攀升，于是，很多投资者纷纷从股市抽回资金，转头杀进金市寻金。黄金投资是最具潜力的投资品种，它为很多男人打开了新的财富之门。那么，黄金到底具有哪些魅力呢？

黄金作为一种货币，具有不变质、易流通、保值、投资等多种功能。当然，随着国际事务的变动，黄金的价格也会有变动，不过到任何时候，就算所有的纸币都不能花了，黄金仍可以充当货币。因此，黄金成为人们新的投资品种，尤其在不确定经济、政治环境下，黄金作为“没有国界的货币”更是受到人们的青睐，成为一种永久、及时的投资方式。

同时，黄金作为一种世界范围的投资工具，具有全球都可以得到报价，抗通货膨胀能力强，税率相对于股票要低很多，公正公平的金价走势，产权容易转移，易于典当等比较突出的优点。这些奠定了这个天然的货币之王的地位。

对于人们来说，要想进行黄金投资，就首先要了解黄金投资的品种。在我国，现阶段主要的黄金投资品种有以下三种：

1. 实物金

实物金买卖包括金条、金币和金饰等交易，以持有黄金作为投资。这种投资的



实质回报率基本与其他方法相同，但涉及的金额一般较高（因为投资的资金不会发挥杠杆效应），而且只在金价上升之时才可以获利。一般的金饰买入及卖出价的差额较大，视做投资并不适宜，金条及金币由于不涉及其他成本，是实金投资的最佳选择。但需要注意的是持有黄金并不会产生利息收益。

金币有两种，即纯金币和纪念性金币。纯金币的价值基本与黄金含量一致，价格也基本随国际金价波动，具有美观、鉴赏、流通变现能力和保值功能。纪念性金币较多更具有纪念意义，对于普通投资者来说较难鉴定其价值，因此对投资者的素质要求较高，主要为满足集币爱好者收藏，投资增值功能不大。

黄金现货市场上实物黄金的主要形式是金条和金块。金条有低纯度的沙金和高纯度的条金，条金一般重400盎司。市场参与者主要有黄金生产商、提炼商、中央银行、投资者和其他需求方，其中黄金交易商在市场上买卖，经纪人从中搭桥赚佣金和差价，银行为其融资。黄金现货报盘差价一般为每盎司0.5~1美元。盎司为度量单位，1盎司相当于28.35克。

黄金现货投资有两个缺陷：须支付储藏和安全费用，持有黄金无利息收入。于是通过买卖期货暂时转让所有权可免去费用和获得收益。每口期货合约约为100盎司。中央银行一般不愿意通过转让所有权获得收益，于是黄金贷款和拆放市场兴起。

2. 纸黄金

通俗地说，纸黄金就是黄金的纸上交易。投资者的买卖交易记录只在个人预先开立的“黄金存折账户”上体现，而黄金的价格根据国际金价实时调整，用户不用担心银行随意操纵金价。

纸黄金的优势是显而易见的。

（1）安全性高

由于纸黄金是不依赖于实物的交易，所以你不用担心黄金的储存、保管，它是以数据的形式记录在银行的数据库中。其安全性要远远高于银行存款。

（2）成本低

纸黄金交易中，投资者无须通过实物的买卖及交收来实现交易，而是采用记账

方式来投资黄金，由于不涉及实金的交收，交易成本可以更低。

（3）变现速度

从变现的速度来说，纸黄金的变现是瞬间到账的，不像基金需要几个工作日才可以拿到钱。而且纸黄金也比股票更具有弹性，只要你愿意，你可以在买入一分钟后卖出你的纸黄金，而这在股市是不可能实现的。

（4）交易方式规范

纸黄金跟随国际金价制定价格，而不是由银行自己制定的，所以投资者不用担心银行会通过操纵价格来获取利润。

（5）手续费低

与我们投资股票、基金一样，纸黄金的交易也是需要一定的手续费，与传统的按交易金额的百分之几收取手续费不同，纸黄金的手续费是按照黄金数量来收取的，投资纸黄金的手续费要远远低于股票、基金的手续费，并且这一比率会随着金价的上涨而下降。

但是纸黄金也并非没有缺陷，虽然它可以等同持有黄金，但是户口内的“黄金”一般不可以换回实物，如想提取实物，只有补足足额资金后，才能换取。

这里要注意的是，纸黄金和实物黄金的共同缺点就是不能做空。也就是说，当黄金价格下跌的时候，投资者就无法进行黄金投资操作了，只能等待下次上涨。如果投资者手中持有黄金，而没有及时卖出，那么只能承担黄金价格下跌的损失了。

3. 黄金期货

通常来说，黄金期货的购买、销售者，都在合同到期日前出售和购回与先前合同相同数量的合约，也就是平仓，无须真正交割实金。每笔交易所得利润或亏损，等于两笔相反方向合约买卖的差额。这种买卖方式，才是人们通常所称的“炒金”。黄金期货合约交易只需10%左右交易额的定金作为投资成本，具有较大的杠杆性，少量资金推动大额交易。所以，黄金期货买卖又称“定金交易”。

现阶段，尽管公众投资黄金热情高，但是数据显示，真正了解黄金的人并不多。超过三成的公众对黄金投资“不太了解”或根本“不了解”。40.3%的人对投资



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

黄金了解程度“一般”。那些已经进行黄金投资的人中，比较了解黄金投资的也仅为35.6%。

在黄金投资热中，业内人士提醒投资者要摆正心态，改进投资策略，学习操作技巧，少一些盲目的冲动，把参与黄金市场作为一种正常的投资行为，而不是一夜暴富的场所。黄金投资的分析师认为，黄金投资具有保值的特性，作为一种税负较低的投资产品，其进入门槛低，变现方式灵活等特点，对于个人投资者来讲应该是一个不错的选择。但是目前黄金价格过高，不宜盲目追高。如何进行黄金投资，投资者还应根据自身的资金实力，充分考虑风险，选择适合的方式与时机。

常言说得好，选择了投资就选择了风险和利润。黄金投资也是一样。相对于基金等稳健的投资方式，黄金期货投资风险较大，因为需要较强的专业知识和对市场走势的准确判断。所以，对于黄金的投资一定先把风险考虑在内，毕竟黄金投资是一项投入和风险都比较大的投资方式，没有经过仔细的市场分析和心理准备，贸然进行投资很容易使自己的投资失败，对于黄金的理性投资才是投资的最佳选择。



经济学指导你的生活：

很多投资者把黄金当做储蓄来买，通过把纸币固化的形式来达到保值的目的，但是持有这种想法的投资者往往忽略了黄金的高波动性。而高波动对应着高风险，尤其对那些缺乏专业知识的投资者来说风险更大，也因此进行黄金投资时，投资者需要具备比较高深的理论和专业知识。



近期作远期的交易——期货

随着经济的发展，人们投资方式的多元化，近几年来期货投资成为很多人的一个重要的投资选择。从概念上来理解，期货是现在进行买卖，但是在将来进行交收或交割的标的物，这个标的物可以是某种商品例如原油、黄金、农产品，也可以是金融工具，还可以是金融指标。一般来讲，交收期货的日子可以是一星期之后，一个月之后，三个月之后，甚至一年之后。

伴随股市的壮大，中国期货市场也正焕发出夺目的光彩，近年来的投资市场最大的亮点应是期货市场，特别是黄金期货的顺利推出，期货与老百姓的理财生活更加贴近，也给中国投资者带来了全新的投资平台和全新的投资理念。

根据《史记·货殖列传》的记载，范蠡不仅是一个天下闻名的谋士，他还是一个做生意的奇才。勾践灭吴之后，范蠡深知历史上但凡效劳过国君、力谋大业的人在成功之后都难逃被杀的命运，于是在一个夜晚偷偷地收拾好珠宝，携带家小连夜逃走了。他泛舟五湖，七绕八拐地到了齐国，在海边种起了庄稼，没几年，就挣了几十万。这引起了齐国国君的关注，请他去做宰相。但范蠡很清楚，他从一个普通老百姓，一下就到了一人之下、万人之上的地位，经济上还是万元户，吃好穿好，被人夸赞阿谀，不是什么好事。于是，他又向齐王辞职，把大部分财产都分给了当地村民，搬到了陶（今山东定陶西北）。这回他不种庄稼了，他做起了期货，没几年，就成了亿万富翁。

范蠡从他做期货的短短几年中总结出一个道理：“贵出如粪土，贱取如珠玉。”也就是说，当商品的价格高到了一定程度，就要像粪土一样舍得抛出去；但假如低到了一定程度，就要当宝贝一样赶紧囤积起来。这就是如今“越跌越买，越



涨越抛”这一炒股原则的古代版。范蠡说：“贵上极则反贱，贱下极则反贵。”一件商品的价格高到一定程度必然要跌，跌到一定程度必然要涨。这是市场对于价格的调节作用：东西太贵了，没有人买，商家必然要降价出售；而降到一定程度了，商家又没有利润了，不生产了，必然又要涨。那么，期货是什么东西，能让范蠡短短几年就成了亿万富翁？

期货的英文为“Futures”，是由“未来”一词演化而来，其含义是：交易双方不必在买卖发生的初期就交收实货，而是共同约定在未来的某一时间交收实货，因此中国人就称其为“期货”。为什么要这样呢？因为卖家判断他手中的商品在某个时候价格会达到最高，于是选择在那个时候卖出，获得最大利润。

期货也是在远期交易基础上发展起来的一种衍生产品，与期权的合约的随意性不同，期货是标准化合约，是一种统一的、远期的“货物”合同。期货合约的商品品种、数量、质量、等级、交货时间、交货地点等条款都是既定的，是标准化的，唯一的变量是价格。期货合约的标准通常由期货交易所设计，经国家监管机构审批上市。期货合约可通过交收现货或进行对冲交易来履行或解除合约义务。

人们购买期货的目的有两种：套期保值和期货投机。套期保值是指交易者在现货市场上买卖某种原生产品的同时，在期货市场上设立与现货市场相反的头寸，从而将现货市场价格波动的风险通过期货市场上的交易转嫁给第三方的交易行为。而期货投机则是投机者通过预测未来价格的变化，买空卖空期货合约，当出现对自己有利的价格变动时对冲平仓以获取利润的行为。

期货交易是从最初的现货远期交易发展而来。最初的现货远期交易是双方口头承诺在某一时间交收一定数量的商品，后来随着交易范围的扩大，口头承诺逐渐被买卖契约代替，即期货合约，是指由期货交易所统一制定的、规定在将来某一特定的时间和地点交割一定数量标的物的标准化合约。这种契约行为日益复杂化，需要有中间人担保，以便监督买卖双方按期交货和付款，于是便出现了1571年伦敦开设的世界第一家商品远期合同交易所——皇家交易所。为了适应商品经济的不断发展，1865年芝加哥谷物交易所推出了一种被称为“期货合约”的标准化协议，取代



原先沿用的远期合同。使用这种标准化合约，允许合约转手买卖，并逐步建立缴纳保证金的制度，于是一种专门买卖标准化合约的期货市场形成了，期货成为投资者的一种投资理财工具。期货的赚钱方法简单来说就是赚取买卖的差价。

小张在小麦每吨2 000元时，估计麦价要下跌，于是他在期货市场上与买家签订了一份合约，约定在半年内，小张可以随时卖给买家10吨标准小麦，价格是每吨2 000元。五个月后，果然不出小张的预料，小麦价格跌到1 600元每吨，小张估计跌得差不多了，马上以1 600元的价格买了10吨小麦，转手按照契约以每吨2 000元的价格卖给买家，这样就赚了4 000元，原先缴纳的保证金也返还了，小张就这样获利平仓了。

小张采用的其实是卖开仓，就是说，小张的手上并没有小麦，但因为期货可以实行做空机制，小张可以先与买家签订买卖合同。而买家为什么要与小张签订合同呢？因为他对小麦看涨。事实证明，小张的判断是准确的，否则如果在半年内小麦价格没有下跌，反而涨到2 400元，那么在合约到期前，小张必须被迫高价购买10吨小麦，然后以契约价卖给买家，这样小张就亏损了，而买家就会赚4 000元。

期货的交易是以实物为依据，但事实上并不是真的在卖小麦或者别的什么。个人投资者购买的期货按照中国目前的制度都是不能交割实物的，只能作投机，即一种理财手段。但期货商品的价格确是围绕实物的市场价格波动的，因此从这个角度来说，期货相对于股票来说是实体的。但期货的交易方式和股票是相差不多的，期货市场和股票市场一样，也永远是惊心动魄的。伴随高利润的永远是高风险，要想做期货生意，一定要有一颗超强的心脏才行。

经济学指导你的生活：

对于期货的投资，投资者一定要谨慎，与股票不同的是，当你购买期货时，一旦你的保证金不足，交易所会催促你增加保证金，如果没有，则会强行平仓。投资者更要注意的是，期货是有时间限制的，到期必须交割，不可能像股票那样永远持有。



最安全的投资——购买国债

在经济整体比较低迷的背景下，大部分男性投资者对股市走势持矛盾心理，部分投资者对股市投资缺乏信心，同时也使得更多的人对理财产品的风险认识加深，而国债投资的优势则进一步显现。与此同时，国债的发行力度与规模也较以前更强。因此，现阶段国债成为了很多男性投资理财的最佳选择。

所谓的购买国债就是认购国家借的债，即国家债券，它是国家为筹措资金而向投资者出具的书面借款凭证，承诺在一定的时期内按约定的条件，按期支付利息和到期归还本金。我国的国债专指财政部代表中央政府发行的国家公债，由国家财政信誉作担保，信誉度非常高，历来有“金边债券”之称，稳健型投资者喜欢投资国债。

国债的种类繁多，不过，按国债的券面形式可分为三大品种，即：无记名式（实物）国债、凭证式国债和记账式国债。

据银行业人士介绍，购买国债要选择品种。现在发行的国债主要有两种，一种是凭证式国债，一种是记账式国债。凭证式国债和记账式国债在发行方式、流通转让及还本付息方面有不同之处。

凭证式国债从购买之日起计息，可以记名、挂失，但不能流通。购买后如果需要变现，可到原购买网点提前兑取，除取回本金外，期限超过半年的还可按实际持有天数以相应利率计付利息。由此可见，凭证式国债能为购买者带来固定的稳定收益。

记账式国债是通过无纸化方式发行的，以电脑记账方式记录债权并且可以上市交易。记账式国债可以自由买卖，其流通转让比凭证式国债更安全、更方便。相对



于凭证式国债，记账式国债更适合三年以内的投资，其收益与流动性都好于凭证式国债。

记账式国债的净值变化是有规律可循的，记账式国债净值变化的时段主要集中在发行期结束开始上市交易，在这个时段，投资者所购买的记账式国债将有可能获得溢价收益，也可能遭受损失。

理财专家提醒投资者注意，凭证式国债提前支取要收取本金1%的手续费。这样一来，如果投资者在发行期内提前支取，不但得不到利息，还要付出1%的手续费。在半年内提前支取，其利息也少于储蓄存款提前支取，因此，资金使用时间不确定者最好不要买凭证式国债，以免因提前支取而遭受损失。

但与记账式国债相比，凭证式国债收益相对稳定，在超出半年后提前支取，其利率高于提前支取的活期利率，不需支付利息所得税，到期利息高于同期存款所得利息。所以，凭证式国债更适合资金长期不用者，特别适合把这部分钱存下来用于养老的老年投资者。

记账式国债上市交易一段时间后，其净值便会相对稳定，持有期满的收益率也将相对稳定，但这个收益率是由记账式国债的市场需求决定的。理财专家建议投资者，对于那些打算持有到期者而言，只要避开国债净值多变的时段购买，任何一只记账式国债将获得的收益率都相差不大。

国债作为一种“防守型”理财品种，具备长期性、低风险等诸多优势。对一般男性投资者而言，国债的理论风险为零，其收益率比同期储蓄利率肯定要高，且不需缴纳利息税。总体来说，在股市震荡期，国债以其相对低风险、高收益率、可抵贷变现、免税优惠等特征，正越来越受到男性投资者的关注。

作为一种规避股市风险的投资工具，国债的投资热潮正从老年人向年轻投资者蔓延。在目前股市、基金等投资市场信心不足的时候，国债投资的保本增值特性显然对年轻人具有较大的吸引力。

相比于其他的理财产品，国债投资具备着以下的理财优势，深得很多人的青睐。首先，国债是以国家信用作担保的金融产品，投资国债最令投资者放心的就是



在国债到期日，投资者可以全额收回本金。

其次，是可产生持续的现金流。国债每年都有既定的还本付息日，将按照既定的票面利率支付利息；

再次，免税。国债投资收益不必缴纳印花税、利息税等各种税费。

四是交易成本低。购买国债只收取2%的手续费。对于每一种国债，无论是记账式国债还是凭证式国债，如果持有到期，收益率都是固定的，也就是说风险为零。如果提前卖出记账式国债，其价格按照市场竞价决定，其风险就由多个因素决定，包括资金的供求关系、通货膨胀率、时间风险补偿等，一般来说，时间越长，风险补偿越大。

在现实的国债投资中，作为投资者所要关注的是发行国债的利率。一般来讲，国债利率跟银行利率差不多，它始终以银行利率为参照，但每期发行的利率略有不同，关键看你买的是哪一年哪一期发行的。国债最低购买是1 000元面值，国债是低风险，例如你买的国债是4%的利率，但是因为物价上涨，明年银行加息，存款利率提高成5%，显然把钱存在银行更划算，这就是买国债的利率风险。

如果你不在乎那1%就没有风险，因为跟存银行一样，你买多少几年后国家就还你多少，一样的。还有就是上市交易的记账式国债，它的价格是上下浮动的，如果你买进的100元/张，因为市场波动，价格下跌成99元/张，如果你卖出的话每张就亏1元，成为你的亏损，但不用担心，国债到期后国家还是以100元/张赎回；如果价格上涨为101元/张，卖出的话那一元就是赚的，不卖的话国债到期国家还是按100元/张赎回。

不过对于国债的投资，理财专家建议，投资者选择国债投资应先了解其规则，再决定是否买进、卖出以及投资额度。许多投资者以为国债提前支取就得按活期计息，这是不正确的，投资者选择国债理财也应首先熟悉所购国债的详细条款并主动掌握一些技巧。

专家提醒投资者注意国债的流动性，凭证式国债不能转让、更名，但可以质押和提前支取，提前支取要收取手续费。就以2007年第五期凭证式国债为例，这期国

债为记名国债，以填制“凭证式国债收款凭证”的方式按面值发行，可以挂失、质押贷款，但不能更名或流通转让，并且在提前兑取时要收取手续费。

投资者投资前要注意国债的分档计息规则。以2010年第五期凭证式国债为例，从购买之日起，在国债持有时间不满半年、满半年不满1年、满1年不满2年、满2年不满3年等多个持有期限分档计息。因此，投资者应注意根据时段来计算、选取更有利的投资品种。

不管怎么讲，国债作为一种稳定安全的投资方式，成为了很多的投资上趋于求稳的男性投资者的一个重要的选择。不过作为一种投资，国债也必然存在自己本身的缺欠，国债投资最大的缺点就是资金的流动性不足。也因此，这对于资金变动较大或者资金面比较窄的人来说就要谨慎投资了。

经济学指导你的生活：

即使国债投资是一种无风险的投资方式，不过需要注意的是，凭证式国债投资期限较长、流动性较差，逾期不加计利息、提前支取会损失利息收入和手续费。也因此，投资时要考虑资金的投资期限和自己资金的运行情况，而不能“见债就买”，否则反而给自己的经济生活带来不利的影响。

蕴藏在时间背后的投资——收藏品投资

正所谓“乱世藏金银，盛世兴收藏”。近年来，收藏品已经成为了继证券和房地产之后的第三大投资热点。特别是在通货膨胀的今天，越来越多的人加入了收藏品投资的行列。很多的人将收藏品作为资产配置的重要组成部分，借此规避金融市场风险。

奈斯比特和阿伯丹曾经预言：“21世纪，收藏品投资将取代证券投资和房地产投资，成为人类主要的投资方式。”随着经济的发展，中国富人群体的快速增加，对收藏品市场的影响和需求也日益凸显。此外，对通胀预期的担忧，在一定程度上推动了收藏品市场持续升温。也因此，收藏品投资成为当前最热门的投资方式之一。

从某种意义上讲，收藏者的投资对象实际上是收藏品的未来。换句话说，收藏者投资成败的关键，在很大程度上取决于这些收藏品所具有的经济上的潜在吸引力。经济生活中，所谓经济潜在吸引力，就是指收藏品在未来所能够获得的吸引力的大小。而这个投资策略的关键，是寻找并且购买那些有可能在将来获得足够吸引力的收藏品。

基于各种投资理念，收藏者在选择收藏品的时候，显然应该将视线延长，购买那些能够在不久的将来获得足够吸引力的收藏品。就以抗日战争题材期刊和连环画在2005年的市场表现为例，由于其题材备受关注，加之群众基础广泛、史料价值明显、市场价格偏低等原因，此类藏品成为很多收藏者追捧的热点。2005年5月，在北京海王村拍卖公司主办的拍卖会上，抗战题材的期刊火暴异常。无论是竞买者的人数，还是最终成交的价格总额，较之以往拍卖会都有明显增长。例如，邹韬奋主

编的《抗战》杂志和日文版的《满洲事变号外及画报》就分别以11 000元和55 00元的价格成交。又如，由韩和平等绘制的《铁道游击队》连环画（全套10册，上海人民美术出版社19%年版）虽然先后重印多次，但其初版的价格仍然高达7 000元。此外，20世纪50年代出版的绘图版连环画《敌后武工队》和电影版连环画《赵一曼》的价格，也分别达到6 000元和5 000元左右。

针对目前市场上狂热的投资潮，专家分析称，相对于其他产品而言，收藏品的收益性比较稳定。只要投资标的物是真品，投资价值就会越来越有升值空间，长期持有收益会更明显。股票、基金可能会出现跌破净值的可能，但投资者不必担心收藏品会跌破净值，其实，这种可能性是微乎其微的。从资本属性来看，收藏品作为一个投资品种，其与资本市场的关联度远低于股票、基金等市场。对投资者而言，合理的资产配置有助于降低投资风险。

不过专家也指出，收藏者对收藏品的选择应该从它的文化价值和经济价值两方面入手，首先要考虑的就是它的文化价值，这就包括了藏品的历史性、知识性、是否限量等方面。在具有了一定的文化价值之后，收藏者还需要看收藏品的经济价值，这主要体现在它的可增值性上。一般来讲，对于经济价值的判断需要看这个收藏品是不是具有一定的市场，简单地说就是收藏品买回家以后，能不能再出手。

通常，在具有同样的文化价值的时候，如果一件收藏品出手难，它的经济价值难以体现，那么收藏价值相对就要低。不过，有些收藏品在国内市场不太好，可是在国际市场却很火热，那么并不是说它就没有收藏价值，因此经济价值何时体现、体现在什么地方也是收藏者需要考虑的问题。

现实的收藏市场纷繁复杂，有淘宝的机会，也有重重的陷阱，是一个高风险的市场，投资者还必须加深对艺术品市场的了解，才有可能取得成功。这其中最基本的包括政策法规的风险，操作失误的风险及套利的风险。

操作失误的风险。就一般的古玩收藏爱好者而言，操作失误是指以真品的价格买了仿造品，或是以高出市场的价格买了真品。二者的区别在于后者有可能随着需求的变化，获得某些补偿、回报。而前者却只能使你亏损，回本无望。古玩收藏作



为理财手段，具体由专业人士操作，在操作正确无误的情况下，尚且难免受到社会经济环境和供需求等客观因素的影响导致回报预期无法兑现，更何况不具有专业鉴赏知识，对市场操作认识肤浅的爱好者，参与买卖古玩操作失误的风险就尤其明显了。

政策法规的风险。文物商品是特殊商品，我国为此制定了相关的法律《文物保护法》。它对馆藏文物、民俗文物、革命文物都有具体的界定，尤其是对文物的收藏和流通所作出的相关具体规定，应引起市场参与者的重视。例如《文物保护法》明令禁止买卖出土文物，地下出土文物归国家所有。但这一条被许多人视而不见。尽管有的出土文物经济价值不大，买卖价钱相当低廉，但这事情的严肃性不属于经济范畴。

客观地讲，古玩市场毕竟是一个不健全、有待完善的交易市场。买者与卖者之间能否做到公平、公正地交易较大程度上都要看参与者对市场的参与和认知程度。

近年来，艺术品收藏市场的火爆让很多人跃跃欲试，然而我们不能只是看到这些表面赚钱的热闹现象，而不去深入探究为什么他们能成功赚钱。要知其然，更要知其所以然。也因此，喜欢进行收藏品投资的男性要注意保持投资的理性。作为一个成功的收藏者，系统的历史、民俗、考古、文学、工艺美术和社会知识是必不可少的。收藏需要具备“慧眼”，这种“慧眼”不是一朝一夕练成的，而是日积月累，不断学习、不断总结经验后才可能具备的。只有虚心学习，不耻下问，才能不断提高鉴赏水平。从事收藏应做到眼勤，多看多学；腿勤，多跑多问；脑勤，多思多想。

首先，要学会取经于典籍，以书为师。大量阅读收藏类书籍、报刊和浏览收藏类网站，尤其是要选择一些权威性著作精读、细读。

其次，要取经于真品，学会以物为师。不少收藏专家指出，仅仅只是学习相关理论是不够的，练就一双鉴宝的慧眼还需和真品古玩“亲密接触”。经常到博物馆、文物商店、古玩店、画廊、地摊和拍卖会，接触实物，增加感性认识，把书上抽象的文字转化成形象鲜活的内容，牢记在脑海里。

最后，还要加强与藏友和专家的交流，做到以友为师。共同分享收藏知识和心得非常重要，藏友不论年龄长幼，职位高低，能者为师，有疑虑和不懂的地方，虚心向朋友求教。

总之，收藏品虽然在市场的升值空间大，不过作为一种投资品其固然也存在“高风险”。也因此，参与者必须提前对这些风险有足够的了解和认识，切忌盲目进入市场。

经济学指导你的生活：

与股票投资一样，艺术品投资也是一种充满着风险的投资方式。当你涉入该领域的时候，应该冷静思考、审慎对待，同时还要缜密考虑和科学分析你所投资的艺术品，资金的周期的长短以及回报率的大小。



低风险高收益的投资——购买房产

所谓房地产投资，是指资本所有者将其资本投入到房地产业，以期在将来获取预期收益的一种经济活动。随着物价的不断上涨，通货膨胀的预期的不断加深，固定产投资成为投资人的新选择。

在经济发展的当前，房地产是一种高预期潜力和经济价值很高的投资。从商品经济上来讲，房产是一种具有特殊属性的商品，其使用期长，具有耐用性，而且由于土地的有限性、稀缺性，以及人们对住房、用房要求的必需性和不断增长性，房地产在较长的一段时期内成为供不应求的产业，同时房产尤其是城市房产的价格长期以来处于不断上涨的趋势。除此之外，房产本身也能从周围社区环境的改善中获得利益，社区环境的改善不同程度地提高了房产的价格，投资房地产从较长时间来看是一种稳定的增值投资手段。作为一种优秀的投资资源，投资房地产有很多其他的投资品所无可比拟的优势。

首先，房地产行业是我国的支柱产业之一。原国家外经贸部副部长龙永图曾经这样说：“中国的房地产行业还可以再做一百年。”虽然不乏带点夸张的成分在内，但房地产行业现在成为我国的四大支柱产业之一确是不争的事实。对于国家来说，房地产业的不断发展和稳定能够为地方政府带来更多的发展优势。一方面房地产业对地方的GDP贡献巨大，更重要的是房地产的发展能够促进城市化的发展和城市的建设，因此一直受到地方政府的重视。而房地产的发展一直都与各行各业有着紧密联系，一直以来都起着经济温度计的作用。因此，如果房地产市场出现下滑萎缩，将直接影响着相关联产业的发展。无论是地方政府还是国家都希望房地产业健康稳定地发展。



其次，在当前物价高涨的今天，很多人为了抵抗通货膨胀，使自己的资产保值，把自己的投资方向转向了房子等等固定资产的投资。

再次，房地产市场一直存在着刚性的需求。随着中国经济的进一步发展，人民生活水平、年龄层次以及城市结构的变化，房屋出租率、有住房率、人均居住面积、住房结构和品质都会发生进一步的变化，住房的需求还在不断地增长，而我国目前的住房建设量远远跟不上我们的需求量。在未来市场需求旺盛的情况下，房产的价格还将会不断地上升，所以目前投资房地产是一种稳赚不赔的生意。不过，投资理财专家建议，如果买房的目的是为了投资，则要考虑以下因素：

从狭义投资角度讲，房地产投资与购买股票、国债和期货合约没有什么两样。理由只有一个，那就是对于它的未来增值预期有多少。比如买某只股票，是因为自己分析它要涨了，搞清楚的是什么时候涨、涨多少，而不会去考虑这只股票的公司在哪座城市，不会去考虑这只股票在哪个交易所上市。同样，如果你想作纯粹的“房地产个人投资”，则主要考虑的是该处房产的未来增值预期有多少。那么，什么样的房产最具有升值潜力呢？

首先，房产作为不动产其地理位置是最能带来升值潜力的条件。那些地铁、大型商圈、交通枢纽等地段的房产升值潜力比较大。

其次，所购房产周边的基本配套设施和政府综合城区规划的力度和预期，是否有便捷的交通、学校，都将为楼盘升值起到推动作用。

再次，房产所属的小区的综合水平，物业设施、安全保障、公共环境以及房屋本身内在的价值等，都将是未来房产升值的评判标准。

最后，还要看该房产所属地的出租率和租金情况。总的来说，不动产作为一种特殊的商品有两种变现方法：一是出售，二是出租。一个地区的不动产销售数据有时会失真，但出租行情作为终端用户的直接使用，其租金和出租率能够较为真实、明确地告知你该地区物业的真实价值。同时，租金和出租率也是不动产短期收益的衡量指标之一。

那么，如何考查一处房产的潜在价值呢？如果将购买的房子租出去，会赚钱



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

吗？我们用两个简单的公式即可粗略地估算出房产大体的价值。作为普通人，虽然不能用严谨的方法得出专业数据，但可以以简单的计算作为自己的买房参考。

第一个是租金乘法数。

租金乘数是比较购房总金额与每年总租金收入的一个公式， $\text{租金乘数} = \text{投资金额} / \text{每年潜在的租金收入}$ 。如果得出的结果小于12，即在合理的购买范围之内，比如某套房子的售价22万，月租金1500元，那么它的租金乘数为12倍，这个数字就是大多数租赁房产的分界线。一处房产的租金乘数如果超过12倍，那么这个房子购买下来就是不值钱的。投资者可以用租金乘数的方法在不同房产间比较取其小者。

第二个是用15年租金收益比较购买价格，这是国际专业理财公司的评估方法，计算方式主要是以15年为期来比较房产购买价格。

如果该房产年收益 $\times 15$ 年 = 房产购买价，该房产物有所值

如果该房产年收益 $\times 15$ 年 $>$ 房产购买价，该房产尚有升值空间

如果该房产年收益 $\times 15$ 年 $<$ 房产购买价，该房产价值已经被高估

比如一套房子年租金收益为5万元，乘以15等于75万元，大于当时的售价60万元，这就是值得投资的，如果年收益为3万元，乘以15等于45万元，小于当时的售价60万元，这就是不值得投资的。

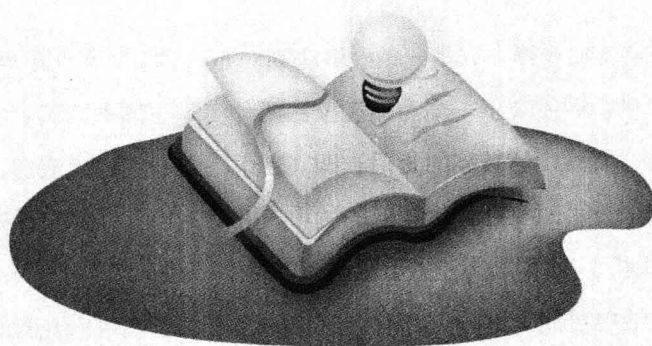
值得注意的是，以上两种计算方法只能作为简单的房产价值评估手段，并不具备严格的通用性。因此，该方法适用于对房产作出大致的价值参考判断。



经济学指导你的生活：

购置房产是各类商品买卖中投入资金量最大，各种因素制约性最强的交易活动，在交易过程中不但要详知各种程序及操作方法，同时要懂得讲求策略。与其他的投资一样，房地产投资也需要把握最佳的投资时机。当一个地区的经济出现快速增长时，购置房产往往会有较好的回报，而如果错过了时机，赶在繁荣期已至，并且房价已攀升至最高位置时购房，按股市里的行话讲，那么投资者就会被“套牢”。

第六章 塑造男人的领袖性格——企业管理要懂经济学





别让老鼠赶走黄牛——格雷欣法则

管理一直以来是人们热于讨论的一个话题，公司的管理其实就是人的管理。人才在公司的生存和发展往往起到决定性的作用。不过，在公司的经营管理中，总会存在着一些不好的员工挤走优秀的员工的例子，这也让身在高管的男人感到困惑。其实这就是经济学上的格雷欣法则。

格雷欣法则也叫格雷欣规律，它是一条经济法则，亦称劣币驱逐良币规律。400多年前，英国财政家格雷欣发现了一个有趣现象：两种实际价值不同而名义价值相同的货币同时流通时，实际价值较高的货币，即“良币”，必然退出流通，它们被收藏、熔化或被输出国外；而实际价值较低的货币，即“劣币”，则充斥市场。人们称之为“格雷欣法则”，亦称之为“劣币驱逐良币规律”。

其实，在日常生活中可能大部分人都有过这样的经历，当钱包内既有新钱又有旧钱时，大家都愿花旧钱买东西而留下“新票”。道理非常简单，就是出于对新钱的偏好，这种偏好就是格雷欣法则的萌芽。而后来，人们就用这一法则来泛指价值不高的东西会把价值较高的东西挤出流通领域，主要指假冒伪劣产品在多种渠道向正牌商品挑战，并具有蔓延、膨胀的趋势。格雷欣法则虽然是货币、金融领域内的著名法则，不过在商业领域也有一定的泛化倾向，特别是在现在的企业管理中被广泛地运用。

在现实的企业管理中，所有企业在薪酬或人力资源管理方面均可能发生与格雷欣所见类似的情形，实际生活中的例子亦屡见不鲜：由于企业在薪酬管理方面没有充分体现优质优价原则，高素质员工的绝对量尤其是相对量下降——这一方面表现为对自己薪酬心怀不满的高素质员工另谋高就；另一方面亦表现为企业外高素质人



力资源对企业吸纳意向消极回应。这一般会导致企业低素质员工绝对量尤其是相对量上升——考虑到一定量高素质员工留下的工作岗位需要更多低素质员工填补时尤其如是。

20世纪，意大利一位伟大的作家卡尔维诺曾这样写道：“在一个人人都偷窃的国家里，唯一不去偷窃的人就会成为众矢之的，成为被攻击的目标。因为在白羊群中出现了一只黑羊，这只黑羊则是羊群中的‘另类’，所以一定会被驱逐出去。”

曾经有这样的一个故事，老虎大王宣布动物王国对动物小头领实行末位淘汰制。其规则就是：由全体动物给众动物小头领逐一投票打分，按得分高低，排倒数三名的头领为所要淘汰的对象。

这件事情在森林中一石激起千层浪。动物小头领们全都紧张起来了。很多动物明白这一点，被淘汰的就是最差的、最窝囊的，这样它们不仅会失去位子，而且还会失去自尊，那简直是奇耻大辱，动物们会议论它一辈子。

而在心神不宁的同时，动物小头领们又悟到了一个道理：决定是否被淘汰，关键在于投票打分，得分多者自然会安然无事，得分少者，自然被淘汰。于是，动物王国中兴起了拉票之风。狐狸把它多年偷来的鸡，一下子宰了摆了个百鸡宴，它把所有认识的动物请来了，在宴会上，狐狸请求大家关照，投票时多给几分。孔雀则举行了演唱会，请很多动物免费观看，它动情地跳起了孔雀开屏舞。而老鼠趁夜逐家登门拜访，送上自己从地下挖出的宝石，只要求动物们在投票时高抬贵手。

末位淘汰的结果公布了。被淘汰的动物小头领有黄牛、猎豹、猫头鹰。有传闻说，黄牛只知道干活，不知道表现自己，等着别人投票，哪有那等好事；而猎豹跑得那样快，好处全叫它占去了，不被淘汰那才怪呢；猫头鹰只知道晚上加班干活，可是干了那么多的活，谁看得见呢？

于是，像狐狸、老鼠、孔雀这些从不干活的家伙，赶走了猎豹、黄牛、猫头鹰。身为管理者的你，对此有何感想呢？

确实，在当前的企业中，普遍存在“庸才”驱逐“良才”的现象，这种人力资



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

源的瓶颈往往会严重地阻碍了企业的进一步发展。例如，由于旧人事与薪酬制度惯性等，一些低素质员工的薪酬超出高素质员工，或是与高素质员工的薪酬大体相当，都可以导致低素质员工对高素质员工的“驱逐”。此外，即便高素质员工的薪酬超出了低素质员工，不过与员工对企业的相对价值不成比例，也会被“驱逐”。

其实，现实中，每一名管理者都应该结合管理实践，从能力和价值两个维度，找出“格雷欣法则”在自己企业人力资源管理中发生作用的原因，并及时制定出避免“庸才”驱逐“良才”的对策。通常来讲，在能力与价值匹配相对稳定的情况下，激励机制应当以内在动机为主，在价值与能力匹配不稳定的情况下，激励机制应当以外在动机为基础，建立卓有成效的企业人力资源管理与开发机制，以适应日趋激烈的市场竞争。

企业的管理是用人的管理，作为一个成功的管理者，在用人上要形成一个合理的机制，善于剔除你身边的“老鼠”，留住勤恳的“黄牛”，这是一种成功的管理艺术。格雷欣法则也是男人在企业管理中必备的经济法则。



经济学指导你的生活：

实际价值高于法定价值的“良币”将被普遍收藏起来，逐步从市场上消失，最终被驱逐出流通领域，那些不好的“劣币”却被广泛地使用，这种现象在管理中经常看到。公司的“良币”也就是好的员工，常常不被重视，最终离开公司，而那些“劣币”却得到了管理者的重用，这将严重地影响公司的发展和人才结构的构建。

有距离才有安全感——刺猬理论

在现实的企业管理中，管理者与员工的关系一直是公司领导的一个难题。而与员工保持一定的距离，从而使管理达到最优化是很多的管理者一直追求的目标。其实，这就是经济学上的刺猬理论。我们常说距离产生美，而在公司管理中很多的管理者则倾向于距离产生效率的理论。

“刺猬理论”说的是这样一个故事：两只困倦的刺猬，因为寒冷而拥在一起。可又由于各自身上都长着刺，刺得对方怎么也睡不舒服。于是它们离开了一段距离，但它们又冷得受不了。于是这两只刺猬又凑到一起。几经折腾，两只刺猬终于找到一个合适的距离：它们既能互相获得对方的温度又不至于被扎。

刺猬理论所强调的是我们在人际交往时要保持适当的心理安全距离，只有保持着一定的距离，才不至于起冲突，同时这样有助于保证工作效率。刺猬理论被广泛地运用到人际关系和职场的生活中。一般来讲，运用到管理实践中，就是领导者如何与下属保持亲密关系，不过，这种亲密有间的关系，是一种不远不近的恰当合作关系。在现实的公司的管理中与下属保持心理距离，可以避免下属的防备和紧张，可以减少下属对自己的奉承、恭维、送礼、行贿等行为，可以防止与下属称兄道弟等不良的影响。

在现实的公司管理中，我们不提倡领导高高在上，但是也不提倡领导完全忘掉自己的身份，和下属称兄道弟。当然，坚持交往的原则，并不是说领导和下属交往时处处提心吊胆，躲躲闪闪。相反，有原则地交往能赢得下属的尊重，使人人感受到平等。对领导而言，在一定原则指导下的相互往来有助于加深上下级之间的理解，有助于确定上下级之间的正常而平等的关系。企业领导如果过分注重没有原则



的交往，往往导致庸俗的交往泛滥，这样就会形成亲疏远近，给领导工作带来许多矛盾和困难。值得一提的是，刺猬理论的管理方式既可以获得下属的尊重，又能保证在工作中不丧失原则。一个优秀的领导者和管理者，要做到“疏者密之，密者疏之”，这才是成功之道。

法国前总统戴高乐就是一个很会运用刺猬理论的人。戴高乐生活有一个座右铭：“保持一定的距离。”这也深刻地影响了他与智囊、顾问和参谋们的关系。在戴高乐十多年的总统岁月里，他的秘书处、办公厅和私人参谋部等顾问和智囊机构，没有什么人的工作年限能超过两年。戴高乐对新上任的办公厅主任总是这样说：“我使用你两年，正如人们不能以参谋部的工作作为自己的职业，你也不能以办公厅主任作为自己的职业。”这就是戴高乐的规定。

在戴高乐看来，调动是正常的，而固定是不正常的。这也许是戴高乐受部队做法的影响，因为军队是流动的，没有始终固定在一个地方的军队。同时，他也不想让“这些人”变成他“离不开的人”。这表明戴高乐是个主要靠自己的思维和决断生存的领袖，他不容许身边有永远离不开的人。因此他通过人员的调动来和下属保持一定距离，而唯有保持一定的距离，才能保证顾问和参谋的思维和决断具有新鲜感和充满朝气，也就可以杜绝资历老的顾问和参谋们利用总统和政府的名义营私舞弊。

可见，管理上距离管理法的重要性。没有距离感，领导决策过分依赖秘书或某几个人，容易使智囊人员干政，进而使这些人假借领导名义谋一己之私利，最后拉领导干部下水，后果是很严重的。而两相比较，还是保持一定距离好，这样是保证工作效率的一个重要的前提。

美国著名的通用电气公司的前总裁斯通在工作中就很注意身体力行刺猬理论，特别是在公司高层人才的管理上更是如此。在待遇及工作场合问题上，斯通从不吝啬对管理者们的关爱，不过，在工余时间，斯通从不要求管理人员到家做客，也从不接受他们的邀请。也正是这种保持适度距离的管理制度，使得公司的各项业务能够芝麻开花节节高。



在公司管理中与员工保持一定的距离，既不会使你高高在上，更不会使你与员工互相混淆身份。距离的保持靠一定的原则来维持，这种原则对所有人都一视同仁：既可以约束领导者自己，同时也可以约束员工。作为企业的管理者，掌握了这个原则，也就掌握了成功管理的秘诀。

在现实的公司管理中，作为一个企业的领导和管理者，如果想避免失败，你就必须始终和下属之间保持一定的距离。这段距离不能太长，太长会产生隔膜；但也不能太短，太短则如同纵容下属胡作非为。保持距离有时是很痛苦的，因为需要忍受孤独。维持距离，产生效率，可以说是刺猬理论的最高艺术。

经济学指导你的生活：

其实说距离产生美，不如说距离产生效率。作为一名公司的管理者在与员工接触的时候，一定要把握好距离，过近则会降低自己的影响力，给公司的执行带来负面的影响。而过远则会失去和员工的沟通，不利于交流。刺猬理论是管理的一种艺术，应该值得当代管理者学习和探索。



企业也需要瘦身——苛希纳定律

西方管理经济学上有一条著名的苛希纳定律：如果实际管理人员比最佳人数多两倍，那么，工作时间就要多2倍，工作成本就要多4倍；而如果实际管理人员比最佳人数多3倍，那么工作时间就要多3倍，工作成本就要多6倍。确实，这样的管理事例很多身为企业管理者的人可能深有感触，其实这也是现实企业管理中的一个常见的问题，简单来说“人多力量未必大”。

苛希纳定律阐明了这样的道理：人多必闲，闲必生事；民少官多，最易腐败。由于实际的人员数目比需要的人员数目多，诸多弊端由此产生，形成恶性循环。

苛希纳定律可以用三句形象的话来简单地概括：龙多不下雨，鸡多不下蛋，人多瞎捣乱。而美国人则更加直白，他们把这条定律理解得更简洁：一个人敷衍了事，而两个人互相推诿，三个人则永无成事之日。这就非常类似于我们以前听过的“三个和尚没水吃”的故事。

管理大师杜拉克举过一个例子。他说，在小学低年级的算术入门书中有这样一道应用题：“两个人挖一条水沟要用2天时间；如果4个人合作，要用多少天完成？”小学生回答是“1天”。而杜拉克说，在实际的管理过程中，可能要“1天完成”，可能要“4天完成”，也可能“永远完不成”。可见，只有缩减不必要的管理人员才能减少工作时间和工作成本，而唯有精简才能达到这一目的。

法国工程师林格曼曾作过这样的一个试验。他把被试者分为一人组、二人组、三人组和八人组，同时他要求各组用尽全力拉绳，在试验时他用灵敏度很高的测力器分别测量其拉力。让人意想不到的是，测量和比较的结果是，二人组的拉力只



是这两个人单独拉绳时拉力总和的95%，而三人组的拉力是这三个人单独拉力总和的85%，八人组的拉力则降到这八个人单独拉力总和的49%。

在拉绳试验中出现“1+1小于2”的情况说明，人多力量未必大的道理。众所周知，人有与生俱来的惰性。而当集体一起干活时，由于责任分散到大家身上，每个人的责任相对小了，那么就自然而然地出现了懒惰现象，社会心理学家研究认为，这是集体干活时存在的一个普遍现象。一般来讲，当一种紧急情形出现时，由于有其他的目击者在场，一些人没有太强的责任感，从而成为袖手旁观的看客。也因此，从试验中我们可以得出这个结论：人越多可能意味着每个人的责任感越差。

苛希纳定律被广泛地运用到现实的企业管理中。在管理上并不是人多就好，有时管理人员越多，工作效率反而越差。只有找到一个最合适的人数，管理才能收到最好的效果。苛希纳定律虽是针对管理层人员而言的，但它同样适用于对公司一般人员的管理。在一个公司中，只有每个部门都真正达到了人员的最佳数量，才能最大限度地减少无用的工作时间，降低工作成本，从而达到企业的利益最大化。

作为全球最大零售企业之一的沃尔玛公司的创始人，山姆·沃尔顿曾经这样说道：“没有人希望裁掉自己的员工，但作为企业高层管理者，却需要经常考虑这个问题。否则，就会影响企业的发展前景。”作为企业的管理者，山姆·沃尔顿深知，企业机构庞杂、人员设置不合理等现象，会使企业官僚之风盛行，人浮于事，从而导致企业工作效率低下。因此，为了避免这些在自己的企业内发生，他想方设法要用最少的人做最多的事，极力减少成本，实现效益最大化。

沃尔顿认为，精减的人员和精简机构是企业良好运作的根本。与大多数企业不同，沃尔玛在遇到麻烦时，不是采取增加机构和人员的办法来解决问题。相反，而是追本溯源，解聘失职人员和精简相关机构。沃尔顿认为，只有这样才能避免机构重叠，人员过多。在沃尔顿看来，精简机构和精减人员与反对官僚作风密切相关。

自从经营自己的第一家零售店开始，沃尔顿就很注重控制公司的管理费用。在当时，大多数企业都会花费销售额的5%来维持企业的经营管理。相比之下，沃尔玛则力图做到用公司销售额的2%来维持公司的经营。也因此，在沃尔顿的带领下，沃



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

尔玛的员工经常都是起早贪黑地干，工作卖力尽责。结果，沃尔玛用的员工比竞争对手少，但所做的事却比竞争对手多，企业的生产效率也就比对手要高。“精兵简政”的管理模式，使得沃尔玛从一家小的零售店发展到现在拥有全球8000家商场。可见，精简化管理对于一个企业发展的重要性是显而易见的。

在一个越来越充满竞争的世界里，一个企业要想长久地生存下去，那么就必须保持自己长久的竞争优势。通常来讲，企业竞争力的来源在于用最小的工作成本换取最高效的工作效率，这就要求企业必须要做到用最少的人做最多的事。而只有人员精干，机构精简，企业才能保持永久的活力，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

因此，作为一个公司的管理者当你感到你的企业或你的部门人员不足、工作忙乱的时候，你应该为此而感到“庆幸”，这也说明你的组织还没有掉进“三个和尚”的陷阱之中。确实，作为企业的管理者，要想使你的组织更有效率、更有活力，那么就必须先给你的组织“瘦身”。



经济学指导你的生活：

兵不在多，而在于精。企业的发展也是一样，只有人员精干，机构精简，企业才能保持永久的活力，才能在激烈的竞争中立于不败之地。



管理就是防患于未然——避雷针效应

由于种种原因，在公司的管理中难免会出现一些内在的问题，比如，领导与员工的关系、高层管理者之间的关系、公司内部的协作关系等等。而需要指出的是，这些问题如果没有得到及时的疏通解决，那么就会像定时炸弹一样威胁着公司的发展。这就要求公司的管理者善于疏通，及时排除问题。其实，这就是经济学中的避雷针效应。

避雷针是指在高大建筑物顶端安装一个金属棒，用金属线与埋在地下的一块金属板连接起来，利用金属棒的尖端放电，使云层所带的电和地上的电逐渐中和，从而保护建筑物等避免雷击。也因此，避雷针效应，比喻在管理沟通上，善疏则通，能导必安。

从管理学上来讲，避雷针效应的精髓在于：事先疏导，防患于未然。因此，关键是要在发现问题的基础上，有针对性地建立一个疏导机制，及时避免危机发生，并引导事态向积极的方向发展。这在公司的管理中被广泛地运用。

西门子公司在公司的管理中，非常重视避雷针效应的运用。在进行圆桌会议与对话之前，西门子鼓励员工与自己的经理进行一次预对话，预先对员工的发展进行沟通，为圆桌会议上经理谈自己员工的发展作准备。一般来讲，在圆桌会议之前，经理与人事部都会预先通知员工，告诉员工要在即将召开的圆桌会议上讨论其发展问题，鼓励员工与经理对话，就四个方面谈自己的看法，包括你自己如何看待自己的发展潜力，你如何看待自己的工资与福利，你自己的发展兴趣在哪儿，对你应该采取什么样的发展措施。预对话通过对员工自己想法的了解，为圆桌会议上讨论员工发展问题、制定发展措施提供了最客观的依据，而避免了仅仅由经理与人事部去



决定员工的发展。在公司的日常管理中预对话成为圆桌会议作出决定的基础，对经理与人事部作出决定起着非常重要的指导作用。

古人云：“千里之堤，溃于蚁穴”，当企业出现危机时，往往是问题积累了很长时间。海尔总裁张瑞敏在谈到公司的管理的时候曾经这样强调道：“管理者必须进行‘问题管理’而不是‘危机管理’。”在现实的管理中，公司的管理者不善于发现问题，员工整天瞎忙；而员工不善于解决问题，则像一头只顾埋头拉车的“老黄牛”一样吃亏。这正如《第三次浪潮》的作者托夫勒所说：“正确的问题比错误问题的正确答案更重要，也就是问题比答案更重要。”

可见预期疏导矛盾，是解决问题的关键点。也因此，在日常的管理中有不少管理者像救火队长一样，为处理已爆发的危机和突发事件疲于奔命。其实这一类人的管理者一般没有意识到，许多危机是经营管理中问题日积月累而成的，有些已到了病入膏肓的程度，危机一旦爆发，再怎么能干的“救火队长”也解决不了危机背后积累已久的问题。也因此，聪明的管理者，在企业的管理中往往会想员工之所想，急员工之所急。他们不会等到企业管理出问题后才去想方设法解决问题，而是提前去发现问题，避开问题。

在一次例会上，海尔销售公司按照例行管理制度复审冷柜电热本部对某地区用户回访的电话记录，发现记录上许多页都仅写着“占线”两字。张瑞敏把这件事作为案例让各个本部长发表一下对此事的处理意见，有的经理说“抓体系”，有的说“抓作风”。而当时冷柜电热本部的部长回答是：“回去查一查下面是怎么干的。”总裁张瑞敏听了后，当即指出：“你现在最要抓的就是你自己的工作作风、思想作风问题。在现实中，会出现这样的问题，你的下级不认真，是因为你没有要求他们认真。”一般来讲，抓问题难，抓事容易，通过抓问题带作风更难。在现实的管理中，管理者如果自己不先认真起来，不能预期地把一件事抓到底抓出结果，以身作则带动整体作风，就会出现各种各样的问题。

张瑞敏认为，在现实的企业管理中，如果等到已经出现了问题再来解决，这并不是真正的满意。问题管理与危机管理最大的不同就是，问题管理是积极主动地发

现并解决企业存在的潜在问题，把危机消灭在萌芽中；而危机管理是等到危机出现后才去解决的被动管理。

也因此，这就需要从企业战略出发，用高度灵敏、准确的信息监控系统，识别各个部门内部、外部潜在的危机，能及时地捕捉危机前的征兆性的信号，将归纳的潜在的导致危机产生的信息归类编号，建立到危机管理信息资源库中，及时收集相关信息并加以分析处理，根据捕捉到的问题、征兆来制定对策，从而从根本上减少乃至消除发生危机的诱因。并定期对以往国内外产生危机的企业现象进行多渠道、多方向的判别诊断，形成系统的危机信息，并以前者的经验建立相关的管理方案，加入并补充到危机管理信息库中。

总之，作为公司的管理者要善于发现企业在管理中出现的各种小的问题，才能及时地防范大的问题出现，及时疏导，防患于未然，这是企业“避雷针效应”的管理之道。

经济学指导你的生活：

防患于未然，拒危险于千里之外是避雷针效应最简要的诠释。这就要求公司建立一种机制，最关键是要发现问题，并及时有针对性地建立一个疏导机制，及时避免危机发生，并引导事态向积极的方向发展。



制度一定要严格遵守——破窗效应

常言道：金无足赤，人无完人。在企业的管理中，出现一些小问题是难免的，即使再成功的管理者也是一样。然而，当出现问题的时候能否及时矫正和补救。这才是考验管理者领导能力的时候。而让很多人奇怪的是，当管理中出现问题时没有及时地解决，那么问题将会扩大，乃至滋生更严重的问题。其实这就是经济学上的破窗效应。

美国斯坦福大学著名的心理学家菲利普·辛巴杜曾进行了一项试验，他找来两辆一模一样的汽车，试验把其中的一辆停在加州帕洛阿尔托的中产阶级社区，而另一辆停在相对杂乱的纽约布朗克斯区。试验开始时他把停在布朗克斯的那辆车的车牌摘掉，把顶棚打开，结果当天就被偷走了。不过，放在帕洛阿尔托的那辆车，一个星期也无人去碰它。后来，辛巴杜用锤子把那辆车的玻璃敲了一个大洞。而让人吃惊的是，仅仅过了几个小时，那辆车就被人给偷走了。以这项试验为基础，美国政治学家威尔逊和犯罪学家凯琳提出了一个“破窗效应”理论，他们认为：生活中，如果有人打坏窗户玻璃，而又得不到及时的维修，别人就可能去打烂更多的窗户。因为，这些破窗户就给人造成一种无序的感觉。也因此，在这种公众麻木不仁的氛围中，就滋生了各种犯罪。

一般来讲，破窗效应是指关于环境对人们心理造成暗示性或诱导性影响的一种认识。“破窗效应”理论是指：如果有人打坏了一幢建筑物的窗户玻璃，而这扇窗户又得不到及时的维修，别人就可能受到某些暗示性的纵容去打烂更多的窗户。发现问题就要及时矫正和补救。在日常生活中或许你也会有这样的体会：一间房子如果窗户破了，没有人去修补，隔不久，其他的窗户也会莫名其妙地被人打破；一面



墙上如果出现一些涂鸦没有清洗掉，很快墙上就布满了乱七八糟、不堪入目的东西。而在一个很干净的地方，人们会很不好意思扔垃圾，但是一旦地上有垃圾出现，人们就会毫不犹豫地随地乱扔垃圾，丝毫不觉得羞愧。这就是“破窗效应”的表现。

破窗效应在现实的企业管理中被广泛地运用。企业管理中，对于公司员工发生的“小奸小恶”行为，管理者要引起充分的重视，适当的时候要小题大做，这样才能防止有人效仿，积重难返。

美国有一家公司，规模虽然不大，但以极少炒员工鱿鱼而著称。有一天，资深车工科比在切割台上工作了一会儿，就把切割刀前的防护挡板卸下放在一旁。没有防护挡板，虽然埋下了安全隐患，但收取加工零件会更方便、快捷一些，这样科比就可以赶在中午休息之前完成三分之二的零件了。不巧的是，科比的举动被无意间走进车间巡视的主管逮了个正着。主管雷霆大怒，令他立即将防护板装上之后，又站在那里大声训斥了半天，并声称要作废科比一整天的工作。第二天一上班，科比就被通知去见老板。老板说：“身为老员工，你应该比任何人都明白安全对于公司意味着什么。你今天少完成了零件，少实现了利润，公司可以换个人换个时间把它们补回来，可你一旦发生事故、失去健康乃至生命，那是公司永远都补偿不起的……”离开公司那天，科比流泪了，工作了几年时间，科比有过风光，也有过不尽人意的地方，但公司从没有人对他说不可。可这一次不同，科比知道，这次碰到的是公司灵魂的东西。

在管理实践中，管理者必须高度警觉那些看起来是个别的、轻微的，但触犯了公司核心价值的“小的过错”，并坚持严格依法管理。“千里之堤，溃于蚁穴”。不及时修好第一扇被打碎玻璃的窗户，就可能会带来无法弥补的损失。

在日本，有一种称做“红牌作战”的质量管理活动。日本的企业将有油污、不清洁的设备贴上具有警示意义的“红牌”，将藏污纳垢的办公室和车间死角也贴上“红牌”，以促其迅速改观，从而使工作场所清洁整齐，营造出一个舒爽有序的工作氛围。在这样一种积极暗示下，久而久之公司的每一个员工都遵守规则，认真履



行自己的职责。

在企业管理过程中，一旦出现“破窗”，如果不及时处理，不但会引发“砸窗”的连锁反应，对企业的经营产生危害，还会引起公众以及社会舆论的各种评论，一些不实的评论对企业的声誉可能造成极大的威胁。也因此，当企业公司在管理时，出现“破窗”后，最好以快刀斩乱麻的凌厉手段尽快将矛盾解决，别让公众热辣的目光聚焦在你的痛处，再把手中的石头扔过来，砸得你遍体鳞伤，甚至达到无法修补的地步。

也因此，从“破窗效应”中，我们可以得到这样一个道理：任何一种不良现象的存在，都在传递着一种信息，这种信息会导致不良现象的无限扩展，同时必须高度警觉那些看起来是个别的、偶然的、轻微的“过错”，如果对这种行为熟视无睹、不闻不问、反应迟钝或纠正不力，就会纵容更多的人去打烂更多的“窗户玻璃”，这就极有可能演变成“千里之堤，溃于蚁穴”的恶果。所以，一旦“破窗”出现了，最明智的管理者就是做一个第一时间赶到“破窗”现场的修理工，然后再在第一时间将“破窗”修理好。



经济学指导你的生活：

“勿以善小而不为，勿以恶小而为之”，任何一种不良现象的存在，都在传递着一种信息，这种信息会导致不良现象的无限扩展，同时必须高度警觉那些看起来是个别的、偶然的“过错”。如果忽视那些“偶然”现象，久而久之，偶然变成了必然，对公司的发展会造成很严重的影响。



永远不要逃避问题——鸵鸟心态

当面对问题的时候，往往会出现这样两种人，一种是选择不承认事实，选择逃避的人，而另一种则是勇于面对的人。而在企业的管理中，这两类人往往会把自己的习惯和处世方式带到管理当中去。后一种解决问题的方式往往能化解问题，而前一种则不但不能解决问题，反而使事件向更加不利的方向发展。

“鸵鸟心态”是经营管理学中的名词，是根据鸵鸟的习性得来的。鸵鸟是一种非常有趣的动物。当鸵鸟被逼得走投无路时，就会把头钻进沙子里，鸵鸟自以为安全，其实不然，殊不知，风险的存在是不以人的意志为转移的，也无法完全避免。鸵鸟的应敌方式我们称之为“鸵鸟心态”或“鸵鸟效应”。“鸵鸟心态”是一种逃避现实的心理，也是一种不敢面对问题的懦弱行为。而在企业管理中，鸵鸟心态被引申为在周围环境发生变化时，管理政策不能随之发生变化，从而导致决策失误。

企业的经营管理中，有很多企业在危机来临的时刻总是想着如何躲避媒体的采访，这就是鸵鸟心态。其实，一味地躲避，不面对事实，也不配合媒体进行舆论的疏导，这样的做法显然无助于危机的解决。

雀巢公司是一个很有竞争力的企业，该公司除了生产咖啡之外，它的乳制品在世界上也有很高的市场占有率。不过，让人出乎意料的是，在1977年，一场著名的“抵制雀巢产品”运动在美国突然爆发，就连美国奶制品行动联合会的会员也到处劝说美国公民不要购买雀巢产品。这事件的原因是，雀巢公司为了自己的利润，有意忽视人造乳品在营养方面的缺陷并误导消费者。让公司高层意想不到的是，这场抵制运动让雀巢婴儿奶粉危机延续了十几年。而在被抵制的十几年时间里，雀巢美



国公司一直在承受着巨额的经济损失。

最初人们开始关注奶粉导致婴儿营养不良的问题时，雀巢公司没有正确对待社会活动家的批评建议，甚至对一些教会领袖提出的严肃的道德问题也采取冷漠的态度。公众感到他们的合法要求被忽视，因此对雀巢备添敌意。一直到1984年1月，雀巢公司承认并实施了世界卫生组织有关经销母乳替代品的国际法规，国际抵制雀巢产品运动委员会才结束活动。

而在事件最初的时候，雀巢采取的就是“鸵鸟心态”，公司高层对公众的要求不理不睬，这也导致后来大规模抵制运动的开展。虽然雀巢凭借自己的影响力以及企业实力渡过了难关，但也为此付出了惨重的代价。

面对危机，企业切不可模仿把头埋在沙土里的鸵鸟，那样即使回避了一时的问题，却可能为更大的危害播下了种子。像鸵鸟一样的逃避态度，随便把头埋在沙里，殊不知自己大大的屁股正露在外面。企业单方面的逃避并不能避免公众对危机了解的渴望，在信息反馈不足的情况下，公众会愤怒地对企业这种行为进行抵抗。

在春秋时，鲁国的阳虎曾侵犯过宋国的匡地，也因此，该地区的人对于阳虎恨之入骨，几年后，孔子带学生到匡地游学，因为孔子长得像阳虎，也因此，匡人以为阳虎又来了，就将孔子团团围住，而孔子的学生子路还被冲散了。等到子路找到孔子的时候，却发现孔子正在与其他学生弹琴说笑。于是，子路很奇怪，就问孔子：“为什么不害怕啊？”孔子笑着对子路说：“你知道什么是圣人的勇敢吗？那就是临难不惧。”“临难不惧”也叫“临危不惧”。那么，为什么孔圣人要提倡临危不惧呢？其实，道理很简单，一个人在临危之时更需要有清醒的头脑和理性的思维，而不要回避，也只有这样才能想出好的办法来应对危险和困境。而选择回避不但于事无补，这样还会扰乱心智，影响判断乃至决策失误。

企业管理中，面对危机时，不正视现实，不主动出击，一味采取回避的态度最终只会给自己造成重大损失。必须勇敢去面对，勇敢地去承担，因为逃避不是办法，逃避责任的同时你就丧失了权利和成功的机会。

当危机降临企业时，企业管理者必须作出迅速的反应来挽回损失。一般而言，



“主动出击是最好的防御”，在一般情况下，这一原则总是适用的。能够迅速采取行动，果断承担责任的“雄鹰”式的企业总是能够得到公众的谅解，企业采取这种策略所产生的效果叫“雄鹰”效应。而遇到危机总辩解说“这不是我们的责任”，试图做把头埋在沙子里的“鸵鸟”式企业，最终会给企业的信誉和经济造成无法挽回的损失。

1989年3月24日，美国石油巨头埃克森公司的一艘巨型油轮在阿拉斯加州美加交界的威廉王子湾附近触礁，原油大量泄出达800多万加仑，在海面上形成一条长达8千米，宽约1千米的漂油带。这次事故发生地点是一个原本风景如画的地方，该自然区盛产鱼类，海豚海豹成群。而在事故发生后，礁面上沾满了一层黑糊糊的油污，不少鱼类死亡，使附近海域的水产业受到很大损失，原本纯净的生态环境遭受到巨大的破坏。

不过让世人感到愤怒的是，当事件发生之后，埃克森公司的高层却无动于衷，他们既不彻底调查事故原因，也不及时采取有效措施清理泄漏的原油，更不向美、加当地政府道歉，因为一再回避和推辞工作的责任，致使事态进一步恶化，引起当地环保组织及政府对其置公众利益于不顾的恶劣态度的气愤，发起了一场“反埃克森运动”。这事件甚至惊动了当时的老布什总统。

最后，为了清理油污和消除各方面造成的恶劣影响，仅清理油污就付出了几百万美元，不过加上罚款、赔偿，总损失达几亿美元；更让这家石油公司高层意想不到的是，此后该公司的形象受到了严重的破坏，美国和西欧的一些老客户纷纷抵制埃克森的产品，使埃克森公司市场业绩狼狈不堪。

由于埃克森公司的管理层反应迟钝、存在侥幸心理，在面对危机的时候，公司的高层没有及时出来解决问题，而企图推卸责任，他们以为像“鸵鸟”那样，把头埋在沙堆里外界就不会谴责他们，不过到头来却为此付出了沉重的代价并使公司的形象受到严重的创伤。

那么，作为企业的管理者，在危机发生时，企业不做“鸵鸟”，正确的应对方法是怎样的呢？其实，这就要求企业管理者要在危机发生时将公众和消费者的利益



放在第一位，并确定采取行动维护公众和消费者的利益。公众和消费者都是企业服务的对象，失去了他们的支持，企业也就失去了生存的必要。

总之，企业在经营管理中总难免会出现各种问题，不过，作为企业的经营管理者面对问题的时候，不能一味地逃脱和回避，要勇于解决问题承担责任，避免鸵鸟心态。



经济学指导你的生活：

现实的风险存在是不以人的意志为转移的，人们无法完全避免，你必须勇敢去面对，勇敢地去承担。面对危机时，主动出击是最好的防御。只有迅速采取行动，果断承担责任，才会把损失降到最小。而相反地，如果你回避现实，采取逃避的方法，结果只会使问题更趋复杂、更难处理。

学会激发员工的积极性——激励效应

激励是人力资源的重要内容，激励在企业的管理过程中是一个不可或缺的一环。一般来讲，在管理中它特指用各种有效的方法去调动员工的创造性和积极性，从而使员工努力去完成组织分配的任务，实现组织的目标。在公司的管理上，平庸的男人总是喜欢用惩罚的方式来实现自己的管理目标，而聪明的男人总是善于用激励的手段来激发员工工作的创造性。

从管理的角度上来讲，企业的管理就是人的管理。而对人的管理往往会采用两种形式，一种是惩罚而另一种就是激励。虽然激励与惩罚要达到的目的是相同的，但是，需要指出的是这两种机制产生作用的方式不同，成本也不同。采用激励机制时，其作用是自发的，行为者按激励所要达到的目的行事，简单而有效。也因此，奖励举报者就自发地把游人变成了不领工资的管理者，这种激励措施无须管理者监督。

而采用惩罚机制的作用是消极的，还需要更多支出，只要收益大于成本，被监督者就会用各种方式逃避监督。激励优于惩罚的道理并不复杂，但实施起来并不容易。一些民营企业（尤其是中小企业）的老板仍然改不了对惩罚的热衷，他们愿意制定制度，设立专门岗位，对员工规定各种惩罚条款，却舍不得给员工进行必要的奖赏和鼓励。不过，在这里需要指出的是，对员工的激励并不是只单纯在经济上的奖励，同时精神上的激励也显得非常重要。

作为公司的管理者需要明确的是，无论是谁，都需要平等和尊重。管理中，领导者如果总以居高临下的态度待人，自然会让人产生疏远感；而如果总以骄傲的姿态待人，也必将招致别人的讨厌。所以，公司的领导者，如果想从平庸走向卓越，



一定要把自己的姿态放低，站在下属的角度上，关怀他们，尊重他们，真正做到以智经营，以德服人。

亨氏公司是世界著名的超级食品公司，它的分公司和食品工厂遍及世界各地，其创办者就是亨利·海因茨。亨氏公司能取得这样的成功，其实这与亨利注重激励员工的工作积极性不无关系。

在当时，管理学泰斗泰勒的科学管理方法盛极一时。在这种科学管理方法中，员工被认为是“经济人”，他们唯一的工作动力，就是单纯的物质刺激。所以，在这种管理方法中，管理者与员工的关系是森严的，毫无情感可言。

不过，亨利不这样认为。在他看来，虽然金钱激发员工努力工作，但快乐的工作环境对员工的工作促进更大。于是，亨利从自己做起，率先在公司内部打破了业主与员工的森严关系：他经常走到员工中间去，与员工聊天，了解他们对工作的想法，了解他们的生活困难，并不时地鼓励他们，给他们买点小东西作为对他们的工作的肯定。在公司里，他几乎能记住每一个员工的名字，在公司里总是经常听到他亲切地呼唤着员工的名字。“吉姆你干得真的不错，约翰你是最好的……”也因此，亨利每到一个地方，那个地方就谈笑风生，其乐融融。他虽然身材矮小，但员工们都很喜欢他，工作起来也特别卖力。

有一次，亨利出外旅行，但不久就回来了，这让员工们很纳闷。有个员工就走上前去追问原因。亨利略带失望地说：“你们不在，我感觉没啥意思！”接着，亨利安排几名员工在工厂中央摆放了一个大玻璃箱——在这只玻璃箱里，装着有一只巨大的短吻鳄。亨利面带微笑地说：“怎么样，这家伙看起来很好玩吧？”在当时，如此巨大的短吻鳄并不容易见到。围拢过来看鳄鱼的员工们在惊愕之余，都高叫着好玩。看到员工们这么高兴，亨利开心地说道：“我的旅行虽然短暂，但这是我最难忘的记忆。我把它买回来，是希望你们能与我共享快乐。”

也正是亨利这种与员工苦乐共享的风度，平时对员工无微不至的关怀和激励，使亨氏公司的员工们获得了一个融洽快乐的工作环境，而正是这个环境成就了亨氏公司。亨利的继任者们继承了他的这种风度，从而也就获得了公司今天的



辉煌。

时刻真情关怀部属感受的领导往往能完全地俘获部属的心，并让部属心甘情愿为他赴汤蹈火。管理者对员工表示关心和善意，比任何礼物都能产生更多的效果。

所以，上司对下属要多些仁爱，大家是平等的，要真正关心他们的成长，为他们争取福利。而奖励的方式有很多种，哪怕你说一句“兄弟你辛苦了”，也是一种莫大的激励，会让对方感受到心灵的温暖。而如果你的下属在这里工作生活得很不开心，因为你小心眼、不够仁爱、怕承担责任而让你的下属很难受，你就不是一个好上司。所以作为公司的管理者，该给下属解决的问题要及时解决，该给他们分担责任的时候要及时分担。关怀和体贴下属是你分内的工作，而且你这么做的時候，自己往往也会感到很快乐。

也因此，企业领导者在经营过程中，如何设计一个有效的激励机制，其关键就是如何理解员工的偏好。当人力资源主管建立各种各样的激励机制时，必须能够预见激励对象对此作出怎样的反应。无论是设计薪酬制度，还是出台招聘职称、解雇、职位、工作环境等政策，只有深入理解员工的偏好，才能找到符合企业发展需求的最优方案。

总之，管理者应有效地激励并点燃员工的激情，促使他们的工作动机更加强烈，让员工产生超越自我和他人的欲望，并将潜在的巨大的内驱力释放出来，使他们为企业的远景目标奉献自己的热情。

经济学指导你的生活：

激励是一种无形的动力，它往往能促进人解决问题的决心和勇气，在关键的时候能激发人的斗志。企业的管理者在公司的管理中应该适当地使用激励来提高员工工作的积极性。对于管理者来讲，激励员工就是尊重员工。尊重员工的意愿，急员工之所急，想员工之所想，这是一个优秀管理者的激励之道。



给员工主人的身份——参与定律

企业的管理决定着企业未来的发展命运。如果一个企业希望获得可持续发展，在市场上具有持久的竞争力，就必须培养员工的主人翁意识，不断地强化员工的参与精神。只有这样才能更加有效地带动员工的工作效率，激发他们的敬业的精神。这也是经济学中所讲的参与定律。

经济学中的参与定律是由美国著名企业家M·K.阿什所提出的。他认为：每个人都会支持他自己参与创造的事物。

企业的管理中，企业的关键决策通常由高层的几个人制定，然后不管员工能否参与进来，或融入其中，就在企业内部推行。而这种管理决策方式，往往会迟滞企业战略决策的推行，因为员工的参与才是企业战略能否贯彻的关键。

为探讨员工参与和企业发展之间的关系，美国阿肯色大学教授莫丽·瑞珀特曾在美国的一个物流公司总部及其分支机构中进行了一项调查研究。公司的所有全职员工都参与了调查，其中有81%的人完成了调查内容。对调查结果，瑞珀特教授分成两组，分别被称做参与组和限制组。参与组的特点是战略远景清晰，在制定战略决策时员工参与度高，战略决策被员工高度认同等，而相反的是在限制组的特点是战略远景不明确，战略决策缺乏认同，战略决策制定的参与度低等。

调查结果显示，被调查员工的工作满意度和组织参与度与企业的参与性文化密切相关。参与程度高的那一组显示，对战略决策的认同性是工作满意度的最重要因素，而对战略决策的参与性是组织参与度的最重要因素。

也因此，瑞珀特教授得出了这样的结论：企业只有为员工提供明晰的战略远景，加强员工对战略的认同，增强员工参与设计不同阶段的战略流程的意识，才能



从中受益。这项调查结果也告诉我们，只有当员工参与了公司的决策和管理后，才能对企业产生认同感和很高的满意度，也才能最大限度地激发自己的工作热情，企业也才能真正实现利润的最大化目标。

日本著名的汽车制造商丰田公司为了调动员工参与管理，在总厂及分厂设了130多处绿色的意见箱，并备有提建议的专用纸，每月开箱1至3次，建议被采纳后进行奖励。这种做法开始实行后，仅1980年一年公司便有859 000条建议，比1979年增长50%，建议采纳率是93%，付出的奖金达91亿日元。据统计，在丰田公司实行这项制度的35年间，员工们提出的建议共有超过450万条。丰田有45 000名从业人员，平均每人提100条建议。这些建议即使不采用，丰田的有关部门也付以500日元作为“精神奖”，给予奖励。现在，丰田对最高的“合理化建议”的奖金可高达20万日元。

确实，作为企业的管理者要树立员工的“主人翁”意识，就应该让员工积极参与管理决策，鼓励员工发表不同意见。如果公司不去考虑和倾听多种不同意见，那么这个企业的思路及信息往往会非常闭塞。所以，卓有成效的决策者往往不求意见一致，反而十分喜欢听取不同的意见。从民主的层面上讲，好的决策绝非是在一片欢呼声中作出来的，只有通过对立观点的交锋，不同看法的对话，并从各种不同的判断中作出一个选择之后，领导才能作出这样的决策来。

在现实的企业管理中，让员工参加决策与管理，可以全面地动员企业全体员工，集思广益，在诸如提高产品质量、优化产品设计、降低产品成本及增进福利等经营管理方面出谋献策。一般来讲，当员工亲自参加企业制度目标的制定后，无疑会感到自己为目标的达成负有责任，并以极大的热情投入工作。员工更多地关心和参与企业管理，可以强化员工的主人翁意识，从而达到留住人才、稳定员工队伍的目的。对于一个企业来讲，员工大量参与企业管理与决策之日，也正是企业欣欣向荣之时。

对于每一名员工所扮演的角色，西门子称员工为“企业内部的企业家”，哪怕是刚进入不久的新人也如此。西门子公司倡导员工自己应该是自身发展的主导者、管理者，推动员工取得职业生涯成功的主要力量应该是员工自身。而公司通过以上



的分析激发新员工的主人翁意识，容易使新员工在企业内部形成强大的凝聚力以及良好的组织氛围，带动所有员工向企业的理想及战略目标自觉努力，定能奏出企业人力资源管理的和谐乐章。

总之，鼓励员工参与决策和管理，赋予他们某些主人的权利，员工自然会以主人的身份表现自己、约束自己，以忠诚和长期不懈的工作回报企业。员工的参与，本身就是一个机会平等的表现。效率往往产生于沟通，让员工与领导者、员工与员工之间都成为伙伴，这样会大大增加交流的机会，消除交流的障碍，员工可以时时参与企业的决策，最起码时时知道企业的动向。同时，通过参与，充分调动了员工的积极性，从而增加了员工对企业的忠诚度。

总而言之，作为公司的决策者，要充分发挥员工的主人翁意识，要让员工积极参与管理决策，从而保证决策的科学性，提高企业的效益。



经济学指导你的生活：

最大限度地发挥企业员工的积极性和创造性这是一个公司的成功所在，这也就是发挥员工的主观能动性，把自己当成公司的主人，直接参与到公司的决策与管理中去。不过，形成企业员工的管理意识，这就需要公司的决策者创造出文化氛围。



学会合理地分配工作——分工策略

常言道：人各有所长。“知人善用，讲究分工”可以说是管理者的一个重要的用人手段。聪明的管理者总是善于把最合适的人才分配到最合适的岗位中，在人力资源的分工中最大限度地发挥工作效率。其实，管理中的分工也是经济学上说的分工策略。

经济学鼻祖亚当·斯密提出分工学说，把分工看做国民财富增长的一个重要原因，可见，分工在经济发展中扮演着一个重要的角色。其实，经济学上的分工简单来说就是让每个人做自己最擅长的事情，至于不擅长的事情就让别人去做，这样互补，自然会让大家都获得更高的收益。

也因此，分工学说，在企业的管理中被广泛地运用。在企业的管理生活中一个好的管理者并不一定什么事情都过问，不一定什么事情都亲自完成，每个人的时间和精力都是有限的，作为一个公司管理者你所要明确的是，凡事自己来、完全不靠别人帮助的人是走不了多远的。因为，凡事坚持独立完成虽然会让你有成就感，但你可能要为此付出双倍甚至更多的时间和精力，而且有时还存在一定的风险，公司的管理中更是这样。所以，要想让自己成为一个成功者，你就要避免凡事自己来，学会适当地分权，让员工学会自我管理，充分调动员工的积极性和创造性，让他们自动自发为企业作出贡献。

对于公司的分工管理，史蒂夫·鲍尔默曾给微软经理这样一条忠告：“不要什么事都做。你的任务是组织、控制、计划、指挥。”而关于史蒂夫·鲍尔默的授权艺术，微软公司前全球副总裁李开复博士曾这样评价道：“史蒂夫·鲍尔默，微软的首席执行官，是近年来对我影响最深的人。几年前的鲍尔默就像个果断的老板，



凡事喜欢一手抓，而且，总是在最前台鼓舞士气。做了首席执行官后，他放权给公司七大部门的负责人，不再做每件大事的最后决定人，加快七个部门负责人的成长。他不再做一个最有煽动力的拉拉队员，而是一个幕后的教练。他把自己对竞争对手的研究转换成对人才的研究。鲍尔默的行为对我很有启发。在我对任何要求回答‘我做不到’之前，我总会想到鲍尔默可以做到，我为什么不试试？他这个榜样帮助了我的成长。”

然而，实际情况却是，现实的许多老板都认为“每一件事情我不经手就一定会出差错”，很多的企业管理者甚至引以为傲。事实上，这一般是老板自己造成的后果。在公司的发展中，如果老板事不论大小皆要亲自参与，而自己的下属怎能独立呢？无法独立的下属自然出错的机会就大，特别是当事必躬亲的老板不在场的时候，下属难免手忙脚乱，出现各种各样的错误。在现实的职场生活中，不希望永远在一家名不见经传的小公司的人，大多不会选择一位不懂得授权的老板。除外，真正的人才也不愿意追随一个“凡事都要自己来”的老板。有胆识、有创意的人才也决不希望老板常相左右。所以，要想成为一个好的领导者就要懂得分工，千万不要有凡事自己来的想法。

在一家化妆品生产公司的生产线上，过来参观的公司经理看见调色师正在调一种口红的颜色，这位经理走过去随便说了一句：“这口红好看吗？”调色师站起来：“首先，亲爱的经理，这个口红的颜色现在还没有完全定案，定案以后我会拿给你看，也因此，你现在不必担心。其次，我是一个专业的调色师，我的职责是做好调色工作，因此，如果你觉得你调得比较好，下个礼拜开始你可以调。最后，亲爱的经理，我调的这个口红是给女人用的，而你是一个男人。如果所有的女人都喜欢擦，而你不喜欢没有关系，而如果你喜欢，别的女人却不喜欢，那就完了。”“对不起，对不起……”这位经理马上意识到自己问的问题有些不妥，连声道歉。

总之，在企业的经营管理中，一个好的管理者，需要掌握一些经济学的分工技巧，让合适的人去做合适的事，放权之后就不要随便干涉，但要及时过问关键问题，把握大方向，这样才能做好领导工作。凡事自己来，那就只能有苦自己吃。一

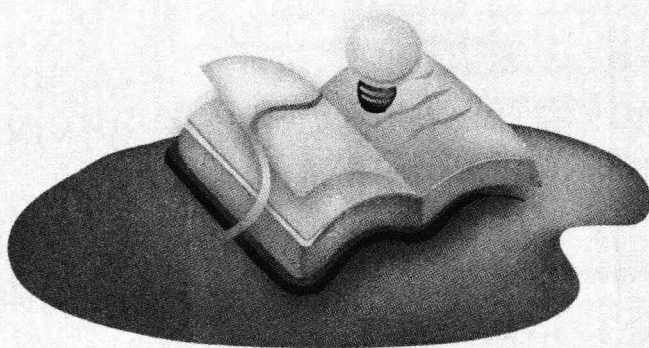


个会管理、会放权、会控制的好领导才能带领企业走向辉煌。

经济学指导你的生活：

分工是市场形成的一个重要的条件，分工在管理中被广泛地运用。公司的分工产生在专业化管理的基础上，人尽其才物尽其用是分工的主要目的，把最合适的人才安排在恰当的岗位这才能更好地发挥人才的效用，这是企业管理者应该注意的。

第七章 聚拢男人的人脉基金——社交中的经济学



提高交际圈含金量——利润最大化

在经济生活中，在成本固定的时候，很多人总是善于追求经济利润的最大化。其实，在经济学上，这是一种理性经济人的表现。现实的社交场上我们也提倡追求利润最大化这种理性的选择。而在社会交往中利润最大化的一个重要的方式就是，提高交际圈含金量，发现身边的贵人。

商品经济中，利润是人们最终的追求目标。也因此人们从事生产或出售商品不仅要求获取利润，而且要求获取最大利润，于是人们要想尽一切办法提高自己的利润总额。其实，无论是任何行业，追求利润最大化，是经营的根本。

社会交往中人们也不忘了这个原则。在经营人脉的时候，你也要追求利益的最大化与最佳化。其实具体策略当然有很多，不过在各种各样的途径中，提升自己交际圈的含金量、抓住生命中的贵人，无疑是条捷径。

人际中所谓的“贵人”，就是对你有所帮助、愿意及时伸手拉你一把的人。不论是人力还是物力上，这些贵人往往不求回报，甚至对你毫无所求。其实，在每个人的生命中，都可能存在着许多贵人。有的是他们主动对你伸出援手，而有的需要你擦亮眼睛，主动去追求，及时捕获这些可以利用的贵人，成就自己的事业。

当初刚落脚北京的王明在一家培训公司打工，业务往来之中结识了某报的部门主任李晗飞。正是这位报业老大哥的提携，令王明迅速完成了从打工仔到老板的飞跃。

谙熟培训业务的王明那时候有了更大的梦想，希望能有机会独当一面。李晗飞正是给这些梦想搭建舞台的人。他引见了报社的领导给王明，双方在磋商之后一拍即合，决定在这家报社下面成立一个新的培训部门，这个部门由王明承包，主要是



开办高级管理培训课程。“为此《经济观察报》还送了我一间办公室，我自己招了员工，业务就这样开始了。”这对王明来说绝对是个转折点，“因为《经济观察报》本身是非常好的品牌，这给我提供了结识更多人脉资源的机会，也给我更多施展才能的机会。”

可见，贵人在我们事业发展中扮演的角色非同一般。我们每一个人的生命和时间都是有限的，而如何在有限的时间里抓住生命中的贵人，往往是我们事业晋升，生意成功的一个关键的要素。一般来讲，和贵人的应酬，关系到你未来的发展。

香港一个有名的实业家叫程海，他就是一个得贵人相助而成为富人的典型例子。从一个一文不名的穷人，到香港小有名气的实业家，程海的成功之路给了穷人许多启示。程海的建超实业公司，每年的营业额达7 000万港元以上。当年独立门户时，程海只有18岁，他在创业历程中曾得到贵人黄照的帮助。

不到18岁的程海辍学开始了给人打工的生涯。第一份工作是在一家电子公司当电子零件推销员，名为推销，实际上就是一个送货员。他在这里干了一年，接触了很多电脑行家，其中就包括黄照。工作期间，他逐渐对电脑业产生了兴趣，想自己创业当老板。于是年仅18岁的程海拿出2万元积蓄和别人开了一家小型工厂，专替电脑商装嵌电脑界面板。由于经验不足，加上合伙人重视不够，程海最终不得不与合伙人分道扬镳。后来，他给了合伙人2万元退股钱，一个人承包了这家工厂。

此时的公司已经欠债20多万元，但程海并没有被打垮，而是以积极的态度面对。他找来一帮同学帮忙，短短一段时间，他的公司每月营业额达到50万元，半年后他便把所有的债务还清了。此后公司的业绩却一直平平，直到遇到贵人黄照。

黄照此时已经成为香港有名的电脑商。2005年，他的海洋电脑公司有意扩展业务，希望设厂进行生产。他马上想到了以前认识的程海。黄照认为程海年轻有朝气，与他合作可以放心。而程海正想企业能有大的突破，于是双方签下合作协议，成为了合作伙伴。

有了黄照的支持，程海的公司业绩蒸蒸日上。几年后他到深圳设厂，将台湾的



业务也抢过来不少。到了2010年，工厂营业额已近7 000万港元，成为香港生产小型电路板的著名厂家之一。程海的成功，就是贵人黄照起了很大的作用。试想，如果程海没有遇到贵人，那么，即使程海能成功，也不可能那么快。

常言道：“顺风行船易，逆水驾舟难。”在大海的航行中，有经验的老水手，都善于借助风向，快速前进。其实，大海中的风不就相当于我们现实中的贵人吗？而在人生的旅途中，借助贵人的力量也就如同顺风行船，人们也就能取得事半功倍的效果。

选择贵人，一定要选择恰当的，选择最好的。这些贵人一定要有影响力，他或他所代表的公司一定是有前景或者有潜力的，而且是正当守法的。

总之，贵人的重要作用当然是毋庸置疑的，那么我们又应该怎么去捉住我们身边的贵人呢？其实，结交贵人，建设人脉的前提首先是认识更多的人。通常来讲，我们大多数人都是生活在一个既定的圈子内，其实只要你留心看看自己的生活范围，是不是在很长时间内都没有什么变化了呢？你会发现这个圈子里既没有增加新的朋友，也没有新类型的社交活动。在这样保守的环境下，还有什么贵人可言？也因此，你需要主动走出去，打入新圈子，让自己换换环境。在现实的社会生活中，聪明的男人总是懂得让自己在最短的时间适应新环境，并迅速抓住对自己最有帮助的人和最有利的机会。而抓住贵人，也就等于抓住了指引你前进的光明。

在社交中你应该审视你现有的圈子，不管是在哪里，不管是面对什么样的人，不管是处于什么样的环境，关键是你自己要主动，不断地增加交际圈子的含金量，寻找发现贵人的机会。



经济学指导你的生活：

利润是市场经济中人们追求的最终目标。利润最大化不仅仅运用于经济上，更适用于社会关系上，在人际交往中实现人脉投资的“利润最大化”也是社交的一个重要追求，而要实现人际中的利润最大化，你就必须得提高交际圈的含金量。



共赢关系最持久——互补效应

很多男人在发展自己事业或者在恋爱的时候，总喜欢找一个相比自己能力强或者性格上比自己强的人与自己结合，这样取长补短，达到“1+1>2”的效果。其实，这就是经济学上的互补效应。

曾经有这样的一个故事。一个视力有障碍的人和一个人行走有障碍的人不约而同地来到一条河边，望着湍急的河水，面对着这条河两人都颇为为难。虽然两个人都急着想要过河，不过，视力有障碍的人不可能过去，而行走有障碍的人也不可能过去。那么，这两个人应该怎么过河呢？视力有障碍的人和行走有障碍的人协商了一下。于是，他们作出了这样的决定，由行走有障碍的人指路，由视力有障碍的人背行走有障碍的人过河。结果，视力有障碍的人和行走有障碍的人都顺利地渡过了这条河流。

其实这就是生活中的优势互补。行走有障碍的人的优势是眼睛，视力有障碍的人的优势是脚，那么，将视力有障碍的人的脚的优势和行走有障碍的人的眼睛的优势有效地组合在一起，便弥补了视力有障碍的人的眼睛的劣势和行走有障碍的人的脚的劣势，劣势便变成了优势，于是也就成为一个新的优势形象了。可谓，精诚合作，取长补短，达到“1+1>2”的效果。

随着经济的发展，以前与农耕经济对应的以血缘、家族为社交圈的交往形式已经开始改变。现实中人们渴望交往，在各种不熟悉的领域形成优势互补。而与陌生人交往也是社会资本积累的需要，从经济学的角度上来讲，这样可以获取更多的生产要素。

我们知道，由于种种的原因，每个人都有各自的优势。当然了，不可否认每一



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

个人也都有着各自的劣势。因此，要有效地进行互补导向，以便使优势得到强化，使劣势得到削弱甚至消除。互补的前提就是交往双方都能得到相应的满足。一般来讲，如果不能满足这一要求，那么他们相反的特性就不能够产生互补，甚至反之产生厌恶和排斥，给本就不良的现状带来了更加不利的影响。比如庄重和轻浮、高雅和庸俗、真诚和虚伪等等，这就造成“道不同不相为谋”的不良影响。

通常来讲，个人在特定条件下的具体需要或优先需要不尽相同，在某些条件下，可以互补。其实这也就成为相互吸引的一种因素。现实中，如果一个人打算筹办一个小企业，那么他或许会选择与身上具备自己所缺乏的才干和能力的人合作。比如，如果自己善于经销，那么他或许就会选择与精通会计的人合作。也是在这种情况下，两者正好能各得其所，取长补短，这样才能更加有效地扩大两个人的作用，使得他们达到了 $1+1>2$ 的效果。

一个控制欲强烈的人与一个依赖性较强的人合作，其实这也就是典型的互补性的合作。不过，作风和性格上的互补有一个前提条件，那就是他们的价值观应该一致。

史蒂夫·鲍尔默先生是全球领先的个人及商务软件开发商微软公司的首席执行官，他于1980年加盟微软，他是比尔·盖茨聘用的第一位商务经理。史蒂夫·鲍尔默是个很有个性魅力的人，他和盖茨沉静稳重、腼腆拘谨、不善交际的内向型刚好相反，史蒂夫·鲍尔默是个外向型的人，有幽默感，热情洋溢，他喜欢用煽情的语调表达自己，并有极强的社交能力。两人个性不同，但投缘到像齿轮一样丝丝入扣，性格非常互补。他们都对数字敏感，在职场上他们精力充沛，认准了目标就会勇往直前，他们常常在一起交流对许多问题的看法，这为他们以后的精诚合作、肝胆相照奠定了基础。用微软前总裁盖茨的话说，两人是“高频段交流”，彼此能接收到对方的全部信息。在工作中，两人就像两台联机的终端一样相接。这就是为什么两人在业界决斗场上可以天衣无缝地联手出击。可以这么讲，这两个人可谓是优势互补共赢的典范了。他们既是作风与性格的互补，也是需要的互补，且两者达到了完美的融合，给我们提供了可供学习的范本。



可见在事业的合作上，寻找和自己互补的人是非常重要的。因为，一个人诸方面发展是不平衡的，正所谓“金无足赤，人无完人”。每一个人都有自己的短板和自己的长项，有优点也有缺点。一项事业的成功，往往需要不同类型的人才，形成互补，才能处理好各方面的事情。这就决定了能互补的人之间容易互相需要，互相喜欢。如比尔·盖茨与鲍尔默的配合。

不过，遗憾的是人们常常受接触频率的高低性、方位的邻近性和意趣的投合性影响，使人际交往的领域倾向狭窄。其实，现实中决定交往对象范围的主要因素，应该是“需要的互补性”，也因此，为了通过交往去获得“互补”的最大效益，我们应当打破各种无形的界限，根据自己事业和生活求进步的需要，积极参加相应的交往活动，主动选择对自己有利的交往对象。这也正是“人事关系上的乘法”。

也因此，如果你发现自己某方面个性有缺陷而又对某人这方面的良好个性十分羡慕和敬佩的话，那么你可以而且应当主动找他谈谈，如果你觉得自己与某人的长短之处正好互补的话，可以通过推心置腹的往来各取其长，补己所短。这也就是人际中的取长补短，达到“ $1+1>2$ ”的效果。

经济学指导你的生活：

互补效应，是一种优势的组合，其作用是使优势得到强化，使劣势得到削弱甚至消除。优势互补，扬长避短，达到资源的最大化的利用，一直是市场经济中人们的一个重要的追求。这种效应在社会生活中被用于优化组合，提升自身的实力。



尽量满足对方的需要——弗里德曼定律

一位社会哲学家曾经这样说道：“人是一种相互满足的动物。”确实，相互的满足构成了社会，也构成了各种各样的经济团体。相互满足也成为了现实人们交往的一个重要的原则，也因此，满足对方的需要成为了很多男人的座右铭。其实这就是经济上的弗里德曼定律。

释迦牟尼曾经问弟子：“我给你一滴水，怎样才能让它不干？”弟子们答不上来。

释迦牟尼说：“融入大海。”滴水只有融入大海才能生存，进而才能有所作为，才能掀起滔天巨浪。同样一个人也只有融入集体才能更好地成长。

美国心理学家N.W.弗里德曼在研究人们交往过程中的取信程度时发现：当一个人的需要可以满足另一个人的需要时，两人就趋于互相喜欢。后来人们把它称为“弗里德曼定律”。

在18世纪曾出现了一位伟大的思想家，也是市场经济理论的鼻祖，这就是亚当·斯密。亚当·斯密发现了个人利益是每一个人的利益。在亚当·斯密之前，经济上是重商主义。而亚当·斯密赞同的是随着商品经济高度发展，重商主义的经济发展观已经与社会经济不相适应。亚当·斯密提出自由经济，明确指出了政府不要直接去搞经济，让每个人根据他们自己的利益，去决定怎么生产、生产什么、为谁生产，反而有利于资源的配置。亚当·斯密认为正因为个人利益是每个人的，而不是某一个人的，也因此任何一个人也只有去满足他人的个人利益，才能获得自己的个人利益。在经济生活中，有利益与利益的相互补充，才会有需要与需要的相互满足。



从马斯洛的自我满足理论中，我们了解到人是有感情的，因为人是有需要的。当需要得到满足时，人就会感到快乐；而当需要得不到满足时，人就会感到痛苦。从某种角度上来讲，需要和理由是影响一个人表层行为的两个最重要的心理因素。我们如果想要弄清一个人的表层行为，就必须从这两个因素出发，了解这种行为要满足什么样的需要和个人选择这种行为的理由是什么。因此，现实中要想提高自己在社交中的说服力，你就必须探寻人的深层欲求，找出人们的需要和满足需要的方法，让对方相信，你现在就可以满足他的需要。从某种角度上来讲，满足别人的需要也是一种投资。

格林维尔从父亲的手中接过了一家食品店，这是一家古老的食品店，很早以前就存在而且已出名了。格林维尔希望它在自己的手中能够发展得更加壮大。

一天晚上，格林维尔在店里收拾，第二天他将和妻子一起去度假。他打算早早地关上店门，以便为度假作准备。突然，他看到店门外站着一个年轻人，面黄肌瘦、衣衫褴褛、双眼深陷，是一个典型的流浪汉。

格林维尔是个热心肠的人。他走了出去，对那个年轻人说道：“小伙子，有什么需要帮忙的吗？”年轻人略带点腼腆地问道：“这里是格林维尔食品店吗？”他说话时带着浓重的墨西哥味。“是的。”年轻人更加腼腆了，低着头，小声地说道：“我是从墨西哥来找工作的，可是整整两个月了，我仍然没有找到一份合适的工作。我父亲年轻时也来过美国，他告诉我，他在你的店里买过东西。哦，就是这顶帽子。”

格林维尔看见小伙子的头上果然戴着一顶十分破旧的帽子，那个被污渍弄得模模糊糊的“V”字形符号正是他店里的标记。“我现在没有钱回家了，也好久没有吃过一顿饱餐了。我想……”年轻人继续说道。

格林维尔知道了眼前站着的人只不过是多年前一个顾客的儿子，但是，他觉得应该帮助这个小伙子。于是，他把小伙子请进了店内，好好地让他饱餐了一顿，并且还给了他一笔路费，让他回国。

不久，格林维尔便将此事淡忘了。过了十几年，格林维尔的食品店越来越兴



懂经济学的男人更成功

.DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

旺，在美国开了许多家分店，他于是决定向海外扩展，可是由于他在海外没有根基，要想从头发展也是很困难的。为此格林维尔一直犹豫不决。

正在这时，他突然收到一封从墨西哥寄来的陌生人的信，原来正是多年前他曾经帮过的那个流浪青年。

此时那个年轻人已经成了墨西哥一家大公司的总经理，他在信中邀请格林维尔来墨西哥发展，与他共创事业。这对于格林维尔来说真是喜出望外，有了那位年轻人的帮助，格林维尔很快在墨西哥建立了他的连锁店，而且发展得异常迅速。

其实，和人交往取得成功的第一步，就是在于你看待别人的方法以及你由此所表现出来的态度。无论是孩子还是成人，名人还是乞丐，他们的内心都是如此渴望得到别人的承认，被人接受。现实的人际交往中我们更应该抱着相互欣赏的眼光去看待我们身边所有人身上的优点，这不仅体现了自己宽广的胸怀，对别人来说也许更是一种信任和尊重。

曾经有一个乞丐，他每天都坐在银行大门旁乞讨。有一位银行家每天经过这里时，总会往乞丐面前投一些钱，同时要了一支乞丐脚下的铅笔，并说：“你是一个不错的商人呀。”突然有一天，乞丐不见了。随着时间的远去，银行家也逐渐淡忘了他。有一天，当银行家在一家酒店用餐时，旁边餐桌走来一个西装笔挺的先生，激动地向银行家说：“还记得我吗？”银行家定睛一看，正是那个以前在银行旁边乞讨的乞丐。“先生，我现在已经是一个推销商了。我从推销铅笔开始，现在我推销各种各样的办公用品。谢谢你，是你教会了我自尊，让我意识到自己应该是一个商人，这才造就了我今天的成功。”

世间上的善良不仅仅是体现在向某一个需要帮助的人施舍钱，更要紧的是用平等和爱的心去唤起人们的灵魂。这位银行家的“善”正是在于他对一个乞丐人性的尊重，用平等的眼光，常人的态度，让乞丐看到自己身上的价值。

在我们的生活中，或许平时的某一个不经意的微笑，某一个不起眼的动作对于那些渴望鼓励、期待爱的人来说是一个巨大的鼓舞。

欧文梅曾经说过：“一个能从别人的角度看事情，能了解别人心灵活动的人，

永远不必为自己的前途担心。”生活中，尽量去满足别人的需要会使我们在社交圈中更加受欢迎。

《孟子·齐桓晋文之事》里有这样的一句名言“他人有心，予忖度之。”其实这也道破了让朋友欣赏你的不二法门——要增广人脉，在现实的社会交际中，这不仅要物质上的努力，更多的是注重将心换心，满足对方的各种需求，尤其是对方的情感需要，这样才能赢得对方的心，为自己在人际上的发展提供了一个更加广阔的空间。

经济学指导你的生活：

当一个人的需要可以满足另一个人的需要时，两人就趋于互相喜欢，这是弗里德曼定理的核心。满足对方的需要是一种潜在的人脉投资方式，在满足对方的需要的同时，你不仅能获得满足感，甚至以后会得到别人“滴水之恩，涌泉相报”的情感回报，可见这也是一种低投入多产出的投资。



AA制中的学问——产权明晰

随着经济的发展，文化也越来越多元化，人们的观念也越来越开放了。就拿聚餐来说吧，在以往中国人总是喜欢由一个人来付账，而现在则喜欢西方的AA制。

其实，这也与中国的自古以来的礼仪之邦的文化是息息相关的，在西方人的眼里，这在经济上是一种不理性的行为，他们主张应该由每一个人来分担，这就是所谓的AA制。这也引出了经济学上的产权明晰之说。

AA制是聚餐、娱乐等消费后结账时各人均摊或各自付账的做法。AA为拉丁文缩写，含义是“各个”的意思。其本意指的是在餐馆吃完饭以后各自支付自己消费的费用。在现实的人际交往中，被极大地推广。

在中国人们请客吃饭总是由一个人埋单，然而在西方，不论多少人在一起聚会就餐总是实行AA制。不过从经济学上来讲，人的自私的本性是不可忽视的。而这一切只是在不同的文化背景下其表现方式会有很大的不同。

中国的人口流动性比较低，大家可以轮流请客吃饭，这次买单的人有下次被人请的预期，也因此他乐意一个人埋单，这样也就避免了每次吃饭都要大家平均凑，交易成本比较低。不过西方国家则不然，由于西方人口流动性比较高，这次买单的人下一次被请的可能性非常低。由于这种地域文化的原因，大家AA的话对于餐桌上的人来说就比较公平了。

其实，西方的AA制是为了交易成本的降低以及做事的便利和高效率，总之他们这样做的目的就是为了成本最小化。这种习惯与西方的个人主义文化还是有很大的关联的。而在旧中国集体主义强权的社会，每个人都活在与他人的打交道之中。请客吃饭是为了加强交情，结交显贵和对自己有用的人。其实这就是一种感情投



资，这就自然是期望有较高的理论汇报。然而如果要AA制，岂不是就要了个成本价呢？

一般来讲，中国人很喜欢花小钱办大事，所以即使是再抠门的中国人，在请客方面也是很大方的，其实对于很多人来说，请人吃饭只不过是想要有超额的回报罢了。这如果从经济上来讲的话，可以说西方的AA制是为了成本最小化，而中国的请客吃饭则是为了利润最大化。从文化上来讲，虽然中西方对于吃饭花钱的方式不同，不过，最终的本质和目的是一样，都是为了自己的利益考虑而已。

在经济学家看来，请客吃饭可以说是追女孩子的成本最小化手段的体现。在现实的交际中，只要边际利益大于边际成本，那么很多人肯定选择请客吃饭。而如果你的关系非常一般或者只是一次性的博弈，那么AA制倒是最省心的选择方式。对于能够给予我们快乐和帮助的人，我们总是极力地请人家。如果人家答应了我们还感恩戴德的，这就意味着我们将有更高的回报，其实这就像你推销了一种产品出去，当你的产品被人接受了，你就会有一种成功的自我满足感。

在日常生活中，我们还经常会见到这种情况：当几个好友一起去饭店用餐的时候，朋友之间往往相互让着点菜。而到最后，人们常常会点一些价格昂贵而非常“显面子”的菜，其实，要是平时自己一个人吃，未必会点那些价格非常贵的菜。不过，到最后吃完饭结账时，买单者往往会因为这些菜而使自己付出了一定的经济代价。

其实，面对这样的情况，AA制往往是人们理智的选择。假如你与两个好友一起去吃西餐，说好花费三人共同分担，那么或许当你点自己的餐饮时就不会那么大手笔了。在AA制的产权明晰下，你就会变得更加理性和明智了。况且，倘若你多点，朋友便要多负担，就算朋友嘴上不说，心里或许对你有意见。而反过来也一样。所以，将心比心的结果就是每人点的会与自己单独用餐时差不多。也因此，三个人可能会有一些浪费，可是绝对不会浪费太多。

总之，AA制的最大好处是“产权明晰”，这样必然导致每个人都努力保护个人利益，并且追求利益的最大化。从经济学的观点上讲，为对方支付成本，有利于双



懂经济学的男人更成功

DONG JING XI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

方关系的持久发展。这是因为谁都不可能坐享其成，渔翁得利。也因此，在现实的人际中，如果你不愿意自己的付出变成沉没成本，那么，在社交活动开始之前，就得细细思量，充分考虑清楚各种利害关系。



经济学指导你的生活：

AA制可以看做当今的一种叫做“拼一族”的生活方式，其实这是一种公平的资源支出方式，为达成一个共同的或者共有的目标，而各自贡献出自己一部分力量，来完成一个利益的共享。



巧用名人效应——品牌策略

人们在交往的过程中讲究借力用力，相互满足。因此，为了使得自己在人际交往中利益最大化，很多人总喜欢借助各种手段。其中最常用的扩大人际效应的方式就是借助名人的社会影响力和名人现有的资源来为自己在人际上的发展提供一个平台。其实这也是经济学上的品牌策略。

现实的社交场，其实也有巨大的市场，有钱就可以投资，而有技术就可以做产品，那么，有名气就可以做品牌。也因此，如果你想做好生意、做大事业，已经有技术、有资本，那么你就需要借助名人来充门面，借助名人在社会的影响力来成就自己的事业。

社会人际活动巧借名人不失为一种提高自身形象、扩大自己影响的策略和方法。也因此，在社会中，我们经常见到这样的情形：很多人喜欢请社会名流为自己题个词，而出书的人则喜欢请专家教授为自己写的书作个序，作为提高自己的身份和能力的资本，等等，借助名人的名声提高自己的社会知名度。可见，名人的社会影响力不容小视，它在提高自己的社会影响力、扩大自己的资源效应中有着巨大的作用。也因此，聪明的人总是喜欢用名人这一品牌来促使自己事业的成功。

曾经有个要卖马的人，他一连卖了三天都无人过问，于是，他就去见相马专家伯乐，说：“我要卖一匹马，可一连三天都无人过问。请您无论如何帮助我一下。您只要围着我的马看几圈，走开后回头再看一看，我奉送您一天的花费。”伯乐爽快地同意了，真的去市场上围着马看了几圈，在伯乐临走时又回头看了看，而当伯乐刚一离开，那匹马的价钱立刻暴涨了十倍，成为很多人争着要的抢手马匹。

可见，名人在特殊的时期总会给自己带来非常大的帮助。现实中聪明的男人总



是善于利用名人为自己搭建成功的舞台，提高自己的社会影响力。

美国一位出版商有一批滞销书久久不能脱手，于是，他想出了一个主意：给总统送去一本书，并三番五次去征求意见。由于忙于政务，总统不愿与他多纠缠，便回了一句：“这本书不错。”出版商便借总统之名大做广告：“现有总统喜爱的书出售”，也因此，这些书被一抢而空。

不久，这个出版商又有书卖不出去，于是，他还是照着上一次的做法，又送一本给总统，总统上过一回当，想奚落他，于是这样回复道：“这书糟透了。”出版商闻之，脑子一转，又做广告：“现有总统讨厌的书出售”，不少人出于好奇争相抢购，于是书又售尽。

第三次，出版商将书送给总统，总统受到了前两次的教训，便不作任何答复，出版商却又大做广告：“现有令总统难以下结论的书出售，欲购从速。”居然又被一抢而空，总统哭笑不得，商人却因此大赚一笔。这就是经济生活中的名人效应。

确实，现实生活中利用“人名”和“名人效应”发财的大有人在，而且愈演愈烈。随着名人姓名被抢注事件的屡屡见报，我们发现，远的如诸葛亮，近的如李连杰、姚明，都没有逃过成为商标这一劫。不仅名人创作的艺术品值得收藏，名人用过的物品也不可轻视。艺术品的投资与收藏，同样存在着名人效应。

常言道：大树底下好乘凉。也因此，我们要善于打好名人这把“伞”。巧用名人效应改变自己的事业轨迹，其实也不是一件难事，这一切的关键看你会不会把握时机，变不利为有利。其实，有时候你还需要变通一下，能够为我们遮风挡雨的不一定只是一个人，也可以是一个知名的企业。这也是现在许多年轻人毕业后都喜欢去跨国企业发展的因素。因为一个大的、知名的机构不仅稳定，还在于它有着很大的影响力，从这里面出来的人无疑具有更高的平台。

经济生活中，总会见到这样那样的名人代言的广告，这也是商家的名人经济策略。名人效应法用于直接促销的常见形式，就是名人在商品上签名。如布娃娃在美国原售价每个20美元，而“椰菜娃娃”原设计者亲手签名的布娃娃售价曾高达300美元，这种“椰菜娃娃”在美国曾一度供不应求。但是在邀请名人签字时也不宜过多



过滥。目前有的书法家到处为店铺题名，无疑会在某种程度上失去名人签字的吸引力。名人效应法的推销原理是利用人们的慕名心理，在商品销售过程中，如在化妆品、香皂等广告宣传中，利用名人效应，选择大明星形象做广告，效果就很好。

在我们的社交场上，我们更要巧用名人提升自己的社交圈。一般来说名人都有比我们常人更加广阔的社交网和更高的人气指数。与他们交往可以充分地利用名人资源，让自己接触到更多的人，这样也为自己以后事业的发展提供一个更加广阔的空间。

总之，在以人为本的社会，一个人想要发展、成长，就必须借助别人的力量，特别是一些在社会上比较影响力的人的力量，或者利用知名机构的平台效应，这样才能取长补短，形成属于你的雄厚的资本，扩大你的资源。如果名人效用利用得当的话，甚至能让你的一生发生改变。不过，遗憾的是，现实中大部分的人都是无意识地寻找能给自己带来这种效果的人。名人是一种品牌，这种品牌在社交场上，能给我们带来意想不到的效应。人际场上充分地使用名人资源是我们通向事业成功的捷径。

经济学指导你的生活：

品牌策略是经济生活中的一种经营管理策略，从人际上来讲，品牌策略其实是一种借力的谋略。借助“品牌”的平台，这样才能取长补短，形成属于你的雄厚的资本，扩大你的资源。利用“品牌”知名度和美誉度来扩大自己的社会影响力，使自己的利益最大化是我们生活中所追求的。



人际里莫做好斗的鸡——斗鸡博弈

以和为贵是中国几千年来人际关系的一个最高追求。无止境的争斗，只会给自己带来“劳民伤财”的不良影响。特别是对于一个男人来说，在如今竞争激烈的社会中，要使自己的事业获得成功，就必须跳出窠臼，用新的方式去思考，搞好人际沟通与交往，避免纷争。这样才能使你与人相处融洽，并影响他人，走向幸福和成功。

在西方，鸡是胆小的象征，不过在斗鸡场往往是另一种景象，两只公鸡狭路相逢，即展开一场厮杀。结果有四种可能：两只公鸡对峙，谁也不让谁。或者两者相斗。这两种可能性的结局一样——两败俱伤，这是谁也不愿意看到的。另两种可能是一退一进。但退者有损失、丢面子或消耗体力，谁退谁进呢？双方都不愿退，也知道对方不愿退。

我们也可以这样假定，有两个人要过一座独木桥，这座桥一次只能过一个人，两个人同时相向而行，在河中间碰上了。这个博弈的结果第一种就是如果两个人继续前进，双方都会掉进水里，双方丢面子，这是一种组合。第二种是，双方都退下来，双方也都是丢面子，但是都掉不到水里去。第三种结果，甲方退下来，乙过去。第四种结果，乙退下来，甲顺利通过。在这四种结果中，第一种是两败俱伤；三、四两种是一胜一败，第二种是两败不伤，这就是斗鸡博弈。在工作生活中乃至处理国际关系时，得饶人处且饶人，退一步海阔天空，都是从斗鸡博弈中总结出的道理。

斗鸡博弈在我们日常的经济生活中非常常见。例如，收债人与债务人之间的斗智斗勇就是运用了斗鸡博弈：

假如债权人A与债务人B双方实力相当，债权债务关系明确，B欠A100元，金额可协商，若合作达成妥协，A可获90元，减免B债务10元，B可获10元。

如一方强硬一方妥协，则强硬方收益为100元，而妥协方收益为0；如双方强硬，发生暴力冲突，A不但收不回债务还受伤，医疗费用损失100元，则A的收益为-200元，也就是不仅100元债收不回，反而倒贴100元，B则是损失了100元。

因此，A、B各有两种战略：妥协或强硬。每一方选择自己最优战略时都假定对方战略给定：若A妥协，则B强硬是最优战略；若B妥协，A强硬将获更大收益。于是双方都强硬，企图获100的收益，却不曾考虑这一行动会给自己和对方带来负效益100。

故这场博弈有两个纳什均衡，A收益为100，B收益为0，或反之，这显然比不上集体理性下的收益支付，A、B皆妥协，收益支付分别为90、10。也就是债权人与债务人为追求利益最大化，会选择不合作，从某种意义上说双方陷入囚徒困境。

尽管在理论上有两个纳什均衡，但由于当今中国信用体系不健全（如欠债不还、履约率低、假冒伪劣盛行），法律环境对债务人有利，可想而知B会首先选择强硬。

因此，这是一个动态博弈，A在B选择强硬后，不会选择强硬，因为A采取强硬措施反而结局不好，故A只能选择妥协。而在双方强硬的情形下，B虽然收益为-100，但B会预期，他选择强硬时A必会选择妥协，故B的理性战略是强硬。因此，这一博弈纳什均衡实际上为B强硬A妥协。

斗鸡博弈强调的是，如何在博弈中采用妥协的方式取得利益。如果双方都换位思考，他们可以就补偿进行谈判，最后造成以补偿换退让的协议，问题就解决了。博弈中经常有妥协，双方能换位思考就可以较容易地达成协议。考虑自己得到多少补偿才愿意退，并用自己的想法来理解对方。只从自己的立场出发考虑问题，不愿退，又不想给对方一定的补偿，僵局就难以打破。

生活在纷繁复杂的社会中难免会与人发生对立冲突，与这样或那样的对手“狭路相逢”。在这些对手中，有的也许的确是蓄意阻挡你前进的道路，但是大多是因



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

为阴差阳错或者因缘际会而产生的误会。如果凡事一定要争个胜负，那么必然会给自己造成不必要的损失——网开一面避免把对手逼入死角，相形之下是可取的。因为理性的人明白，挡住别人的去路实际上自己也无法前进。



经济学指导你的生活：

斗鸡博弈强调的是，如何在博弈中采用妥协的方式取得利益。交际中如果只从自己的立场出发考虑问题，不愿退，又不想给对方一定的补偿，那么最后利害关系实质上谁都是失败者。只有学会妥协，并在妥协中实现自己利益最大化，这才是一种成功的处世之道。



低成本高收益投资——人脉资源投资

常言道：用于一时之兵，必须养在千日。这句话用在人脉上的投资是再合适不过了。其实，真正坚固的“人脉投资”，其实是一项“无心插柳柳成荫”的工程。在经济生活中，很多的男人为了自己财富的增长进行着各种各样的投资，不过遗憾的是，很多人竟然忽视了人脉这项低成本高收益的投资，而使自己在人际和事业上举步维艰。

在经济社会投资无处不在，可以说，我们做事、做人的过程也是一个经济投入与产出的过程，现实中如果你不费吹灰之力就能搞定一件事情，那么你就是成本很低、效益很高的能手；而如果你费了半天工夫却一无所获，那么无异于做生意亏本，成本效益分析的结果就很差。也因此，我们都希望追求那种做人做事要高效益、低成本的境界，那么如何才能事半功倍呢？

其实，方法当然很多，不过在这里我们想要讲的是人脉资源。人脉就像一本存折，零存整取，定活两宜，经营得当，即可一本万利。如果从表面上看，人脉不能直接转化为财富，不过需要指出的是人脉资源是一种潜在的无形资产，是一种潜在的财富。正如孟子所说：“资之深，则取之左右逢其源。”

英国的一个名叫弗莱明的贫苦农夫正在田地里干活。有一天，忽然附近沼泽里传来了呼救声，农夫赶忙放下手中的农具，奔向沼泽地。只见一个小孩正在泥潭中挣扎，淤泥已没到他的腰部。农夫奋不顾身地救起了小孩。第二天，一辆豪华小汽车停在了这个农夫劳作的田边，一位风度优雅的英国贵族下车后，自我介绍说是被救小孩的父亲，他是亲自前来致谢的。农夫说，这件事不足挂齿。贵族说：“我想用一笔酬金来报答你，你救了我孩子的命。”农夫回答说：“我不要报答，我不能



因为做了一点事情就接受酬金。这是我应该做的。”

这时候，农夫的儿子刚好走出家门。“这是你的儿子吗？”贵族说，“我给你提一个建议，让我把你儿子带走，我要给他提供最好的教育。如果他像他的父母，他一定能成为令你骄傲的男子汉。”农夫同意了。

时光飞快地流逝，农夫的儿子从医学院毕业后，成为了享誉世界的医生。数年以后，贵族的儿子因肺炎病倒了，经过注射青霉素，他的身体得以痊愈。

那个英国贵族名叫伦道夫·丘吉尔，他的儿子便是在二战期间担任英国首相、领导英国人民战胜了纳粹德国的温斯顿·丘吉尔。农夫的儿子就是青霉素的发明者亚历山大·弗莱明。因为不经意的救助成就一段历史的篇章，一个好的人脉改变了历史的命运。

21世纪是一个知识爆炸的时代，也是一个以人为本的时代，“人”也成了一种资源。这里的“人”，不仅仅指的是人才、知识、经验，更代表了一种人脉，即人际关系。有个成功的公式：成功=30%的知识+70%的人脉，可见，人脉是成功的主要因素。如果你生来没有富爸爸，也没有娶到富家女，那么，你还有第三个扭转命运的机会，那就是从现在起，积累你的“人脉存折”。人脉也是一种资源，并且是一种作用巨大的资源。尤其是在当今这个快速发展的经济社会，对于任何一个人来说，一旦掌握了人脉资源，必定能够事半功倍。

曾任美国总统的西奥多·罗斯福说：“成功的第一要素是懂得如何搞好人际关系。”有人统计：一个人事业的成功，80%归因于与别人相处，20%才是来自于自己的心灵。做投资人更是如此。

投资界的一句名言是：“投人、投人、投人”，因为人是投资者最看重的因素。斯坦福研究中心曾经发表过一份调查报告，结论指出，一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。另据报道，对于个人，20—30岁时，靠专业、体力赚钱；30—40岁时，则靠朋友、关系赚钱；40—50岁时，靠钱赚钱。由此可见，人脉资源在一个人的成功里扮演着十分重要的角色，甚至远远胜于其他资源。

曾任美国某大铁路公司总裁的X.H.史密斯说：“铁路的95%是人，5%是铁。”



成功学大师卡耐基经过长期研究得出结论说：“专业知识在一个人成功中的作用只占15%，而其余的85%则取决于人际关系。”在我们的经济生活中，我们往往会发现，一个人的人脉资源越丰富，他赚钱的门路也就越多；你的人脉档次越高，你的钱就来得越快、越多。生活中的大量事实也证明，真正成功的人，绝不只是靠自身的实力，还得依靠其整合人际资源创造价值的能力。相信他人并寻找他人的帮助，建立并利用自己的人际关系网络，我们将取得更大的成功。

在好莱坞就流行一句话：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”这句话并不是叫人不要培养专业知识，而是强调人脉是一个人通往财富、成功的入场券。由此可见，成功的系统是由互相扶持的个人或团体共同组成的。在一定程度上讲，经营人生或事业就是在经营人际关系。没有良好的人际关系，一个人不可能取得巨大的成就。

在知识经济时代，单个人的知识和能力越来越难以满足工作的需要。要想由一个单独的个体来担负重要任务，而没有来自其他人的支持，就算不是一件不可能的事，也是一件非常困难的事。所以，积极参加各种社团组织及其活动，在完成本职工作的同时，你要尽可能多地参与行业内外的社会活动，并在活动中尽情地展现自己的才华。如果有时间或者有精力，你还可以参加文娱团队、各种培训和会议等，这些都是你把自己推销给别人的通路，也是每一个人树立自己形象的机会。千万不要小看这些机会，在这些民间社团里，人们往往可以用最自然的方式交往，而这种关系是建立在没有或极少利益冲突上的，常常也是最稳固的。

对于个人来说，专业是利刃，人脉是秘密武器，如果光有专业，没有人脉，个人竞争力就是一分耕耘，一分收获。但若加上人脉，个人竞争力将是一分耕耘，数倍收获。人脉竞争力在一个人的成就里扮演着重要的角色。一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。

不管怎么说，在人际关系中投入一点小成本，就能够给你带来高收益，即使不担所谓的收益，最起码也能避免高损失。可见，做人低成本，收获大成功；做事低成本，收获新机遇。人脉投资是这个世界上最低成本、高效益的投资。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

人脉资源投资，是跟钱财关系不大，却是世界上最厉害的投资，它所产生的效果是所有投资威力的总和。人脉资源投资对于一个人的发展将起决定性的作用。所以说，只要你学会了投入之道，就会在同行中遥遥领先、鹤立鸡群，直接进入成功者的行列。



聪明的男人置身事外——枪手博弈

德国一位社会学家曾经这样说过，人际关系其实也是人生中的一种博弈艺术。而在现实的生活中聪明的男人总是善于利用这种人与人的博弈来处理自己人际中的各种关系，使自己的社交利益最大化。其实这也是经济学上的枪手博弈理论。

在美国西部的一个小镇上，三个枪手正在进行生死决斗，枪手甲枪法精准，十发八中；枪手乙枪法也不错，十发六中；枪手丙枪法拙劣，十发四中。假如三人同时开枪，谁活下来的机会大一些？

假如你认为是枪法精准的枪手甲，结果可能会让你大吃一惊；最可能活下来的是丙——枪法最为拙劣的那个家伙。

假如这三个人彼此痛恨，都不可能达成协议，那么作为枪手甲，他一定要对枪手乙开枪。这是他的最佳策略，因为此人威胁最大。这样他的第一枪不可能瞄准丙。同样，枪手乙也会把甲作为第一目标，很明白，一旦把他干掉，下一轮（如果还有下一轮的话）和丙对决，他的胜算较大。相反，即使他先打丙，即使活到了下一轮，与甲对决也是凶多吉少。丙呢？自然也要对甲开枪，因为不管怎么说，枪手乙到底比甲差一些（尽管还是比自己强），如果一定要和某个人对决下一场的话，选择枪手乙，自己获胜的机会要比对决甲多少大一点儿。

枪手的博弈告诉我们，处于优势地位的人，切不可妄自尊大，表面上的优势并不一定能给你带来竞争力。在激烈的竞争中要善于发挥自己的优点，并能做到扬长避短，才能使自己立于不败之地。而处于劣势的人，要知道运用自己的智慧，不与强者争一时的长短，而是要根据自己的实际，错开对方的优势，以长击短，因此取胜。置身事外不过是一种博弈手段，其目标是为了在冲突的最初阶段更好地保护自



己，并且在将来挺身入局的时候能够占据更为有利的地位。

春秋战国时期，韩、赵两国发生战争。韩国派使者到魏国借兵攻打赵国，魏文侯说：“我与赵国是兄弟之邦，不敢从命。”赵国也向魏国借兵讨伐韩国，魏文侯仍然用同样的理由拒绝了。两国使者没有完成任务，悻悻而归。当他们回国后，才知道魏文侯已分别派使者前来调停，劝说双方平息战火。韩、赵两国国君感激魏文侯化干戈为玉帛的情谊，都来向魏文侯致谢。魏国于是成为魏、赵、韩三国之首，各诸侯国都不能和它争雄。韩、赵两国力量相仿，都不可能单独打败对方，因此都想借助魏国的力量。在这种情形下，魏国的行动直接关系到韩赵之战的胜负。

魏文侯没有去介入两国之争，而以第三者公平的立场加以调停，使战争变成了和平，从而使魏国取得了三国关系中的主导地位。

由此可见，学会置身事外是一种智慧也是一种境界。即使是枪手博弈，在枪弹横飞之前，甚至之中，也仍然会出现某种回旋空间。这时候，对于尚未加入战局的一方来说是相当有利的。因为当另外两方相争时，第三者越是保持自己的含糊态度，保持一种对另外两方的威胁态势，其地位越是重要。当其处于这种可能介入但是尚未介入的状态时，更能保证其优势地位和有利结果。

在现实的社会交往中，“置身事外”是为人处世的最高要求，它所体现的不仅是胸怀，更是一种谋略。这种谋略使我们的人际生活更加和谐。

在《清稗类钞》中记载着这样一个故事：清朝末年，湖广总督张之洞与湖北巡抚谭继洵关系不太融洽，遇事多有龃龉。

有一天，张之洞和谭继洵等人在长江边上的黄鹤楼举行公宴，当地大小官员都在座。客人里有人谈到了江面宽窄问题，谭继洵说是五里三分，曾经在某本书中亲眼见过。张之洞沉思了一会儿，故意说是七里三分。二人相持不下，在场僚属难置一词。于是双方借着酒劲儿钱钱起来，谁也不肯丢自己的面子。于是张之洞就派了一名随从，快马前往当地的江夏县衙召县令来断定裁决。当时江夏的知县是陈树屏，听来人说明情况，急忙整理衣冠飞骑前往黄鹤楼。他到了以后刚刚进门，还没来得及开口，张、谭二人同声问道：“你管理江夏县事，汉水在你的管辖境内，知



道江面是七里三分，还是五里三分？”陈树屏知道他们这是借题发挥，对两个人这样搅闹十分不满，但是又怕扫了众人的兴；再说，这两方都是他得罪不起的。他灵机一动，从容不迫地拱拱手，言语平和地说：“江面水涨就宽到七里三分，而水落时便是五里三分。张制军是指涨水而言，而中丞大人是指水落而言。两位大人都没有说错：这有何可怀疑的呢？”张、谭二人本来就是信口胡说，听了陈树屏这个有趣的圆场，抚掌大笑，一场僵局就此化解。

西方一句谚语叫做：涉入某件事比从该事脱身容易得多。在我们的社交生活中，学会了置身事外，你的处世水平就会上升到一个更高的档次。聪明的男人总会在这种人际博弈中取得社交的最大成功。

经济学指导你的生活：

枪手博弈实际上是一种利害转化的博弈学，博弈中的任何一方时刻权衡利弊，调整自己的利益导向，弱者在联合中求生存，强者在博弈中取全胜。在社会生活中更应如此，在各种关系当中游刃有余，实现自己的利益的最大化。



男人要适当地抬高自己——吉芬现象

在社交生活中，或许很多的男人会发现这样的情况，当我们与别人交往的时候适当地抬高自己似乎比放下架子去办事的效率高得多，适当地把自己提到一定的高度往往会达到事半功倍的效果，而卑躬屈膝只能使自己失去原有的价值。其实这就是经济学上的吉芬现象。

在经济学上，吉芬现象特指在价格上升时需求量本应下降，却反而增加的现象。也就是在其他因素不改变的情况下，当商品价格上升时，需求量增加，价格下降时，需求量减少，这是西方经济学研究需求的基本原理，有一些商品比如带有投机性的证券和黄金交易就是如此。

1845年在爱尔兰大饥荒时期，出现了一件奇怪的事，马铃薯价格在上升，但需求量也在持续增加。英国经济学家吉芬观察到了这种与需求定理不一致的现象，这种现象被经济学界称为“吉芬之谜”，而具有这种特点的商品被称为吉芬商品。

在我们做人的过程中，吉芬现象也总是在发挥着作用。曾经有这样一个故事：一位刚毕业的女大学生，走进人才市场，想谋求一个编辑的工作岗位。这位毕业生曾经在全国报刊上发表了不少文章，条件确实很不错。首次和面试官交谈，面试官问她有经验没有，这位毕业生表现得非常谦虚，姿态很低，随口说一声没有经验。也因为自己的低调，这位毕业生被拒绝了。在后来的找工作中，她发现自己越是低调，工作越是难以找到，很快两个多月过去了，她还是没有找到工作。难道省城的工作这么难找吗，编辑一个个都是大作家吗？她有点儿绝望了。

就在这时，她意外地碰到了大学时的一个同学，当时他已是某知名杂志社的编辑部主任了。她给同学谈起她找工作的情况。同学告诉她关键是姿态不高，自己把

自己没摆正。于是这位刚毕业的大学生就按照她同学的安排，在自己的履历表上杜撰了自己的经历，说在某报社干得好好的，但那份报纸因为国家有关政策停办了，使自己不得不重新求职。要求月薪不低于三千元。

在后来面试的时候，这位毕业生从容自如，不卑不亢，一下子就取得了成功。上任后，由于她本身底子就不错，一些技术性的东西有了那位同学的帮忙，很快就适应了工作。这时她才明白，推销自己其实就和在市场上卖东西一样，适当地抬高自己是完全必要的，过分谦虚实际上就像把自己低价处理一样，反而让人认为你是“假冒伪劣商品”。

生活中我们也会遇到这样的例子，有些热心人给别人尽力帮忙，最终却落个费力不讨好的下场。其实这里面有一个重要的原因，那就是把自己的姿态降得太低，别人来求自己办事，自己却像是在求人。

也因此，当别人求自己办事时，有经验的人通常会适时地抬高自己，先说明别人求自己办的事比较难办，然后再表示虽然有难度，但自己会尽量把事情帮他办好的。如果你这样的话，别人自然会觉得求对人了，也会打心里感激你。比如你创办了一家公司，有朋友来求你，希望帮自己的孩子找个工作。设想一下如果你一听说朋友的孩子的孩子，就满口答应，并且这样说：“只要不嫌公司待遇低就来，公司正愁招不到人呢，如果没啥事，明天就可以来上班。”等等。那么，这样就算你帮朋友的孩子解决了工作问题。但朋友心里也会想，是原来你们的公司这么容易进，早知道就不托你了。送孩子去你公司反而觉得是你欠他一个人情。

而相反地，当朋友来求你时，如果对他这样说：“公司现在虽然不缺人，但是好朋友当然得想方设法帮忙。我想想办法，怎么也得给他弄个职位。”可想而知，朋友听了肯定会对你感激不尽。

我们经常见到这样的情形：当你向别人借钱时，你越是一副可怜兮兮的样子，越是难以借到钱，有些人一副理直气壮的样子，反而借钱很容易，他说我现在只是一时之需，等这个急缓过来了，立马还你，干干净净，别人就会很放心地把钱借给他。或者他说现在正做一件什么事，故意把这件事的收益夸大一些，然后对方也乐



意把钱借给他。一般来说，人们决定是否借钱给你，并不取决于你的困难程度，而是你能否按时给他还款的预期。如果你一开口就让人感到一副活不下去的样子，那么你借钱十有八九要失败。

有些人给人帮了忙，反而落不到好，其中的一个原由就是降低了自己，给人帮忙反而像是求人似的。有些人，别人有事求他，他一般要先把自已抬高一下，显示出这件事情很难办的样子，然后再全力去办，这样就提高了他在别人跟前的价值。

常言道：“落难的凤凰不如鸡。”这是说人一落魄，在别人心目中就没有地位、尊严可言了。其实越是落魄的时候，越不要贬低自己，而是要抬高自己。因为，如果自己对自己都不抱希望了，还指望别人给你什么呢？

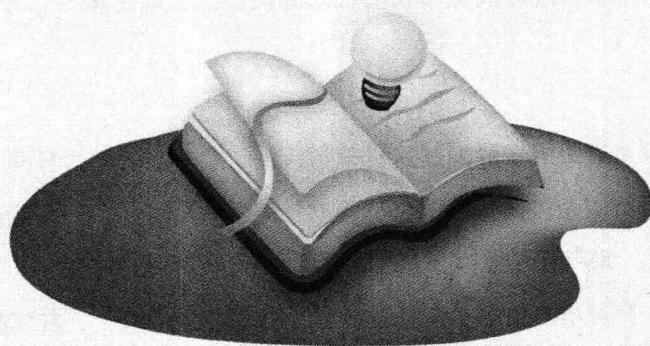
吉芬现象不仅是一个经济学上的名词，更是人生处世哲学上的名词，我们应该明白这个人生哲理，在我们成长的道路上适当地抬高自己，会使我们未来的路途更加平坦，过分地放低自己则会使自己失去自我的价值。



经济学指导你的生活：

经济学中的吉芬现象在社会人际中，备受人们重视。保持自己的高度是我们为人处世成功的一个重要的前提之一，更是交际场上的一种技巧。

第八章 男人要看透商家的鬼把戏——消费要懂经济学





商场惯用的价格障眼法——打折

在经济的销售学上，打折即指折扣。通常来讲，商家为了吸引消费者，满足他们的心理，特意把商品价格进行降价，以期更好地达到促销的目的，更简单地说，就是将商品的原有价格进行百分比的换算后卖出。很多人对于商家的打折活动总是激动万分，自以为占了商家的便宜，恨不得掏空腰包，划光银行卡上的钱。其实，从市场经济上来讲，打折无非是商家惯用的价格障眼法，这也是每一个消费者应该注意的。

经济学家琼·罗宾逊夫人曾经说过这样一句话：“学习经济学的目的不是找到一大堆答案来回答经济问题，而是要学会不要被经济学家欺骗。”现在我们就从最浅显的商家打折说起，来揭开百货超市、商店里那些不能说的秘密吧。

在打折狂潮中，商家借打折的名义招揽顾客，看似在“放血”，其实赚取利润才是其真正的目的。现在，商品打折已成为一种“商业风气”，正在整个商业系统内快速蔓延开来，很多商店都将打折视为招揽顾客的一种重要方式。不管大街小巷，你总是会看见商店的门口贴着“大甩卖”、“大放血”以及“狂甩”等字样，而且商店内还贴着一个牌子，上面写着“恕不讲价”。老板还在一个劲地摇头叹气，一副“失血过多”的样子。在商场中，“买一送一”、“买五送二”等广告也无处不见。很多商场都将一周年、五周年、八周年店庆等等作为“答谢新老客户的关爱”的最佳时机。“满200送80”、“全场商品一律6折”的口号也喊得很响。而原本仅有一天的“店庆”，而却被商家一开就是几周甚至一两个月。就如同一些小商店，天天都喊着“最后一天大甩卖”一样，不过让人感到疑惑的是，不知道哪天才是真正的最后期限。



总而言之，这种打折氛围，常常让人产生错觉，使消费者感觉自己是在一个充满了“便宜”的世界中，好像只要你稍稍打开自己的口袋，就能将无穷的便宜带回家一样。其实，面对这么疯狂的打折潮流，我们都该清醒冷静地对待，别因贪小便宜而吃了大亏。商家做生意就是为了赚钱，倘若他们真的那样“大放血”，并且整天整月地“放血”做亏本生意，那么，有哪个商家的体魄会这么“健壮”？那么，现在就让我们来看一下商家打折的秘密吧。

一瓶洗面奶本来应该20元，现在买一瓶洗面奶赠送一小瓶价值5元的10毫升的爽肤水，但超市实际已悄悄地将洗面奶的价格调到25元。买洗面奶的顾客白得一小瓶爽肤水，肯定就会觉得很划算，其实这是商家耍的小把戏。

世界著名食品企业纳贝斯克食品有限公司多年的促销经验认为，折扣标志可增加销量的23%。超市一般会对一些容易过期的商品进行打折促销活动，而其中的秘密就是一个新鲜的商品搭配一个快要过期的商品卖。

再比如一个厂家同时生产两种包装的同类型的商品，卖其中一个产品的时候就把另一个包装的同类产品价格拉得很高，从而刺激消费者选择商家想卖的那种商品。

再比如一袋零售价3.35元的薯片，三连包销售时标明特价10元，不经常购物，不熟悉商品价格的顾客往往一见特价就购买，难免上当。超市在促销的时候，都会推出一些特价商品，很多人认为特价商品就是价格便宜的商品。商家正是利用人们这种认识上的误区，将一些正常价格的东西甚至是高价的东西，标成特价出售。自古以来都是“买的没有卖的精”，所谓的“打折”与“赠品”都只是一个华丽而好看的诱饵，吸引我们去填满商家的口袋。

因为某种特殊原因，商场被迫降价销售商品，价格常常比实际造价还要低，那么，消费者就会得到较实在的优惠。不过，就算在一般紧急的情况下，这样的情况也不多见。因为，平时商品销售的价格都要比实际成本高很多，而在比较紧急时只要将价格下调，调到高于可变成本一点点，消费者就已很满足了，商品就容易卖出去，而且会比原来的销量更大，这才是最常见的打折现象的真相。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

其实，很多商场就是利用各种打折的手段来吸引消费者，从而达到经济上“薄利多销”的效果。对于商家来说，尽管在单件商品上的利润减少了，可是销量增多了，也因此只要商品打折的程度合理，就完全可以在打折的情况下，得到比原来还要多的销售收益。

可见，打折其实是商家促销的一种障眼法，从表面上看是你占了商家的便宜，其实是你上了商家诡异的当。也因此，作为市场上的消费者，男人应该保持理性的态度去对待商家的打折，不能跟着别人趋之若鹜，盲目地消费，做一个理性的消费者也是我们大众学习经济学的目的。



经济学指导你的生活：

打折是常见的商家促销的手段，商家打折的最终目的也是为了自己的经济利润，并不是他们所说的“亏本买卖”。其实，对于商家来讲，没有亏本出卖的商品，只有相对低价的商品，因此，消费者在面对商家打折的时候，要守住你的钱包，保持你消费的理性。

勿做一个为面子埋单的傻男人——奢侈品消费

随着社会的发展，人们的生活越来越宽裕，人们的消费结构和消费方式发生了很大的变化，不过最让人看不懂的消费或许就是奢侈品消费吧。现实中很多的男人为了展示自己的经济实力，不惜花费重金购买一些看似在现实中不实用的物品。其实，奢侈品消费与其说是为实用而买东西，不如说为面子买东西。

资料显示，近年来中国的奢侈品消费日益增长，已经成为世界第二大奢侈品消费国，而在中国的奢侈品消费者当中，一类就是白领上班族，而另一类则是富有的消费者。

通常来讲，奢侈品在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，也因此，奢侈品又称为非生活必需品。可见，奢侈品必须有个前提，即高档知名品牌，但高档商品未必就被认为是奢侈品。不过，奢侈品的实用性一直以来是人们争议最多的话题。举一个例子，一个人需要以车代步，可见买车的主要作用是为了满足自己出行的需要。不过，买辆2万元的奥拓和300万元的保时捷显然是两个不同的概念。因为，保时捷远比奥拓来得独特稀缺，不过如果从使用者现实的使用价值来讲，买奥拓“实惠”，而买保时捷却要花费近200倍的经济代价，可见非同一般地奢侈。

其实，从本质上讲，奢侈品消费是对商品无形价值的消费，奢侈品也无非是无形价值与有形价值比值最大化的商品。这正如一位专业人士说的一样，奢侈品就是我们更愿意为功能以外的符号付出更多金钱的商品。正是由于这个原因，人们也就无法排除奢侈品消费的另一个深层次内涵，那就是奢侈品本身也是一种虚荣消费，奢侈品消费在传达一种高人一等的生活方式。



一位年轻的小白领，他“壮门面”的宝贝是一个标价5 700元的LV黑色挎包，这个挎包还是他到香港出差时买的。买这个包时，他犹豫了很长时间：“毕竟刚从学校毕业不久，现在一个月收入也不过2 000元左右，为了买这个包，我四个月没有买一件衣服，天天在公司吃盒饭。不过，公司里的男同事，眼睛都好厉害，见面第一眼就看你穿什么鞋、背什么包。相比套装来说，一个包可以天天带、背好多年都不会过时，而且挎上后确实整个人的气质就不一样了，特显档次，我觉得这是最划算的消费了。”和这位男士有同样想法的人不在少数。与富豪相比，这些白领买奢侈品的时候要咬牙跺脚，咬牙跺脚之后可能还要半个月勒紧裤腰带。其实，既然财力不济，为何还如此在意奢侈品消费？

在很多人的眼里，看中的并不完全是它的使用价值，而是希望通过这样东西显示自己的财富、地位或者其他，所以，有些东西往往是越贵越有人追捧，比如一辆高档轿车、一栋超大的房子、一部昂贵的手机，等等。制度经济学派的开山鼻祖凡勃伦称之为炫耀性消费，他认为，那些难于种植并因此昂贵的花并不必然比野生的花漂亮，对于牧场和公园，一头鹿显然没有一头牛有用，但人们喜欢前者是因为它更加昂贵、更加没用。

那么，人们为什么那么喜欢“面子”？其实，这也是人们追求效用最大化的结果，在奢侈品上人们追求精神产品的消费需求。就财富而言，其本身既能够为其所有者提供衣食住行等安全保证条件，也能够让其所有者感受到自尊并富有成就感。而奢侈品则更多体现在满足人类的心理需求上。

也因此，如今年轻的80后富家子弟们正逐渐走向公众的视野，与他们的父辈筚路蓝缕不同，他们一出生便继承万贯家产，正成为社会的一代新贵。他们中间一些人大手大脚的消费方式更为社会所诟病，“二世祖”便是人们送给这些人的“雅号”。名车豪宅，香槟美女，名牌着装、饰物，大把烧钱，之所以会频频成为“富二代”们追求的对象，其实归根到底是其“炫富”心理在作怪。

需要指出的是奢侈品消费所带来的损害是巨大的。投入大量的资本和消耗大量的资源生产奢侈品，为了摆阔一掷千金、大肆挥霍，这种非理性的消费浪费了本可



以节省的资源和财物。同时，当人们看重自己的权贵身份、财富地位时，就会尽其所能地炫耀和攀比，甚至把人生的目的和意义定位在不断满足日益升级的炫耀需求上。现实中的很多腐败案例中，一些高官为显示自己的地位和权势，大肆进行奢侈品消费，并为满足欲望而放弃原则和法律，而进行权钱交易，最后使自己腐化堕落。

因此，在现实的经济生活中，我们要做一个理性的男人，特别是消费品消费上要量力而行，保持自己的消费理性。不能为了面子倾其所有，给自己的生活带来不利的影响。

经济学指导你的生活：

在西方，奢侈品品牌代表一种整体优雅的气质，它所能表达的是一种生活态度，是一种文化。而当下奢侈品消费的“中国式”井喷，奢侈品消费却呈现了畸形状态。对很多人来说奢侈品买的不是品位和优雅，而纯属是一种面子消费。从消费者角度讲，人们进行奢侈品消费时，要根据自己的经济实力和 cultural 需求而取舍，不能盲目追逐品牌而忽视了商品的实用性。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

没用的一分钱我也不买——做个理智的消费者

我们在商店买东西，其实就是买商品的使用价值。然而，很多男人在商家日常的商品促销等活动中，常常迷失了自己的消费观，经常买一些看似便宜但却不实用的商品，在无形中给自己带来经济上的损失。这就要求我们做一个理性的消费者。

从经济学上来讲，理性消费一般特指消费者在消费能力允许的条件下，按照追求效用最大化原则进行的消费。而如果从心理学的角度看，理性消费是消费者根据自己的学习和知觉作出合理的购买决策，当人们的物质还不充裕时，理性消费的心理会指引人们去追求物美价廉的商品。

一般来讲，理性的消费有六个原则，这六个原则指导着我们做一个理性的消费者。

理性消费的第一个原则，其实这也是做一个理性消费者的基本原则。它要求消费者根据自己的需要，而不是根据广告去买东西。一般来讲，当我们需要一种产品的时候，我们可以利用广告提供的信息，决定到哪儿去购买，买什么牌子的商品。不过需要指出的是，广告只在我们需要某种商品时起作用。在我们的购物生活中，如果仅仅根据广告或是否名牌的标准来购买商品，而不考虑我们的实际需要和商品的使用价值，那么是一种消费中的非理性的做法。其实，判断自我需要的方法很简单，在购物之前，你可以检查一下你的生活，是否因为缺少某种产品，较大地影响了你的正常生活的运行。也因此，理性的消费者总是善于利用广告，而不被广告所利用。

而理性消费的第二个原则是根据经济状况购买。现实中总免不了出现为面子而购物的人，这些人在奢侈品市场上是最常见到的。这些人动不动就是几十万买一块

手表，几百万买一辆车，这一切只为了面子。对于富二代的经济实力来说是可以接受的，不过对于那些好面子的工薪阶层来讲，其实就是一种“死要面子活受罪”的表现。这是一种非理性的消费行为。

理性消费的第三个原则是货比三家。现实中面对同类产品的广告，我们要善于比较这些广告，比较产品的成分、质量、组成、性能、价格及售后服务，等等。以选择出最适合自己的产品。比如，如果我们需要购买电脑的时候，我们可以在一段时间内，仔细阅读媒介上的有关广告，并分析比较各个产品广告所提供的主要指标。

常言道，保持自己的理性要以知识为先。而理性消费的第四个原则就是用科学知识装备自己。也就是说如果你特别需要某种产品，比如因身体健康原因特别需要某类的健康用品，应该适当学习一些这方面的保健知识，及时地用科学知识装备自己，以免被广告误导。

理性消费的第五个原则是在商家的价格热战中保持冷静。一般来讲，商品价格是商品引起消费者购买欲的首要因素。面对着商家的种种打折手段，你所要清楚的是，店前柜台边的促销活动，大多包含商家的价格策略。

理性消费的第六个原则就是不要盲目跟风哄抬物价。在经济生活中，有一些消费者对于形形色色的涨价现象缺乏冷静思考和具体分析。由于市场经济的趋利心理，市场物价一有风吹草动后，不仅是一些商家跟着凑热闹，而一些消费者也跟着凑热闹。在利益的驱使下，一些商家在某种商品涨价后，乘机搭车涨价或是囤积居奇，继续哄抬物价。而一些消费者则是误信传言，不问青红皂白地盲目购买，加重供应紧张现象，从而进一步助长了不正常的涨价风。

其实，很多消费者就有这种幼稚的消费心理。如一听说涨价，便不考虑市场的实际情况和自己的实际需求，于是他们不涨不买，越涨越买。其实，这样会造成市场混乱和价格大起大落现象，致使供求关系恶性循环。从市场经济上来讲，这种现象不仅损害了消费者自身的利益，同时也影响了正常的经济秩序，损害了价值规律对市场经济的调控功能，影响了生产销售各个环节的正常运行秩序，最终损害了全



社会的共同利益。

总之，市场经济的运行鱼龙混杂，市场上各种经济利益交杂在一起。也因此，消费者在面对着市场的种种经济现象，特别是商家的一些经济活动的时候要保持自己的理性和冷静，用市场经济的眼光去解读商家的商业活动，做一个理性经济人，才不至于上了商家诡异的当。

经济学指导你的生活：

在市场经济中，卖方市场鱼龙混杂，追逐自己的经济利益的最大化，成为人们的最终追求。为了达到他们的目的，各商家厂家不断地采取各种各样的为自己谋利的经济方式，而这些手段的实施对象往往是消费者。也因此，消费者在经济生活中，应该保持清醒的头脑，做一个理性的消费者。



商家“买一送二”戏法——捆绑销售

一提到捆绑销售，或许很多人就会想到商店里各种各样的商品销售组合。而这些商品组合有相同厂家的产品组合以及不同厂家之间的产品组合。组合之后的商品价格相对于单独购买组合内的产品要低，但是，你以为这种组合销售真的会给消费者带来实惠吗？

我们在各大商场、超市经常会看到各种各样、五花八门的产品附加赠送活动。对于精明的商家来说，我们不禁困惑，难道他们一夜之间都成为乐善好施的慈善家了吗？我们要在这里提醒您，经济人中关于经济人和利益最大化的假设是永远存在的。那么这种现象为何会发生呢？其实这种看似附加赠送的活动是一种捆绑销售行为。

从经济学角度来说，捆绑销售是共生营销的一种形式，是指两个或两个以上的品牌或公司在促销过程中进行合作，从而扩大它们的影响力。它作为一种跨行业和跨品牌的新型营销方式，开始被越来越多的商家重视和运用。

面对着市场上那么多的捆绑销售的产品，很多消费者不免会心生疑惑，如此疯狂的打折和促销，难道不会导致商家产品利润下降或者赔钱吗？先来看一个例子。

一家制药公司以生产保健品为主，目前上市的产品有很多种，但各个品种的市场份额都不理想，仅有几种产品销售较好。其市场份额不大的主要原因是产品价格普遍较高，产品进入市场较晚，品牌基础较差。为了增加产品销售额，该公司采取了一系列促销措施，将C产品作为重点推广，在产品定价和促销费用上都有所倾斜，以至基本放弃了产品利润，只想借此抢占市场份额并带动其他品种的销售。

俗话说得好，计划赶不上变化，正当这家公司摩拳擦掌想大干一场的时候，市



场行情却又骤然发生变故。受国家环保政策的影响，国内最大C产品原料生产厂家不得不停产，一时间市场原料供应紧张，原料价格疯涨了20%以上，产品成本直线上升。这时候如果C产品涨价，则原来制订的抢占市场份额的计划就要落空；如果不涨价，C产品就会面临亏损，怎么办？

这家制药厂经过再三权衡，为稳定客户关系，保持C产品市场政策的连续性，公司最后还是决定不涨价，但应趁机凭借价格优势抢占更大的市场份额。于是这家公司对原产品促销政策作了如下调整。原料价格的上涨，迫使他们为赠送的产品作出调整。经过再三权衡，公司决定将赠送品种改为D产品。价格不涨，原来的促销政策仍然保持，这样做的目的有二：一是凭价格上的有利优势抢占C产品的市场份额；二是通过C产品市场份额的增加，做大配赠的D产品的份额。实为“一石二鸟”之计。其实，这家制药厂在营销策略调整方面的成功之道，就是运用了捆绑销售的原理。

其实对于商家来说，捆绑销售可以逼近帕累托最优。意大利经济学家帕累托认为，如果改变资源的配置已经不可能在不损害任何一个人的前提下，使任何一个人的处境变得比以前更好，这意味着社会资源的配置达到了最优状态，即帕累托最优状态。共享资源优势互补的捆绑销售可以使联合双方变得比以前更好，使企业资源的配置得到进一步的优化。

不是所有的企业的产品都能随意地“捆绑”在一起销售的，捆绑销售要达到“ $1 + 1 > 2$ ”的效果取决于两种商品的协调和相互促进。所以，捆绑销售的成功依赖于下列条件：

1. 捆绑销售产品的互补性。联合捆绑销售的产品最好是互补性产品。

第一，它们在销售中被联系在一起或可以被联系在一起；

第二，它们对彼此的竞争地位有显著影响。互补产品的关系，使得顾客将它们的形象联系在一起，综合地而不是单独地衡量它们的功能，或者把它们作为一个整体来衡量购买使用成本。

所以，产品的互补性越强，则消费者完全有理由在购买一种产品的同时，会需要另一种产品。这就消除了捆绑销售时的“强行搭配”之嫌。那么，捆绑的优惠促



销就成为了一种真正的动力而不是阻力。根据交叉弹性理论，一种商品的需求量和它的互补产品的价格是呈反方向变化的，那么，捆绑产品的降价能刺激彼此的需求，达到相互促进的效果。

2. 捆绑产品目标顾客的重叠性。在捆绑销售中，两种产品的目标市场应有较大交叉的部分。只有这样，才能保证两种或几种同时捆绑销售的产品是你的目标消费者所需要的。

如温州奥康皮鞋和温州农行的联合捆绑营销，即持农行卡的顾客在奥康专卖店可以得到一定的优惠。其效果的不理想就与两种产品的目标顾客的重叠性太小有关，即大部分温州人是温州工行和建行等其他银行卡的持有人，这些人无法得到捆绑的优惠，而使用农行卡的同时也是奥康皮鞋的消费者却不多。相反，由于持有农行卡与否带来的购买奥康皮鞋的差别待遇反而引起本来是奥康顾客的不满而导致顾客流失。

3. 产品价格定位的同一性。根据市场营销学的观点，按照人们职业、收入、财富和教育水平等变量可以把社会划分成不同的社会阶层。处于一定社会阶层的人，具有特定的行为标准和价值观，其购买需要的层次也是特定的。所以，进行捆绑销售的相互促进，依赖于两个产品都能满足这个需求层次的消费者的需求。

就像可口可乐与北京大家宝薯片共同演绎的“绝妙搭配好滋味”促销活动就是绝妙地运用了捆绑销售的营销策略。那么可口可乐为什么要采取这样的销售方式呢？我们可以这样来看，饮料和薯片“捆绑”在一起销售，年轻人在吃薯片的时候，喜欢喝碳酸饮料，薯片降价，自然会促进这种饮料的销售。这是一个成功的案例。如果将这种碳酸饮料和另外一种饮料“捆绑”在一起销售，那效果就会适得其反。可口可乐公司成功地利用了消费习惯进行产品的捆绑，使其与大家宝薯片双方达到共赢。

然而，面对商家琳琅满目的捆绑销售策略，消费者应该怎样做呢？

我们经常在商场超市中看到商家再买一赠一等诸如此类的带有捆绑销售性质的商业活动，很多都是组合在一起的商品比单价要便宜很多。在这种热烈的让利氛围



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

中我们往往会不知不觉打开腰包，需要不需要的东西都买回一大堆。

如果我们买的东西是生活中的必需品，而且是可以长时间使用的商品，如果不考虑商品的储藏成本以及货款提前支付成本，我们的这种捆绑消费行为还是能够获得一定收益的。但商场很多捆绑销售的东西是把一个近期产品和一个快到保质期的商品捆绑起来进行销售，所以有些时候是商品我们还没来得及使用却已经过了保质期，结果是白白花了冤枉钱。



经济学指导你的生活：

捆绑消费是商家促销的一个重要的手段。从形式上看，是商品的使用价值的捆绑，而实际则是经济利益的捆绑。其实这是商家的一种变相的促销的手段。作为消费者在消费过程中，一定要形成自己的正确的观念，不要輕易被商家的促销手段所迷惑，要注重商品的实际使用价值。



看透商家免费续杯的诡计——消费心理

消费心理简单地讲也就是我们购买商品的动机和欲望。其实，每一个男人在逛超市的时候总会存在着各种各样的消费心理。不过，对于商家来说解读消费者的心理是商家赚钱的基本前提。也因此，消费者应该善于养成自己的合理的消费习惯和正确的消费观，避免上了商家的当。

消费心理是指消费者进行消费活动时所表现出的心理活动的过程。消费者心理活动是一个动态的过程，根据消费者个人客观情况的不同而表现出不同的消费特征和心理过程。例如一个人在收入不同、心情不同的情况下，消费心理就有很大的不同。

一些购买行为，比如说冲动型购买行为、炫耀性消费或者消费攀比，就是消费心理在行为过程中的一些外化。

消费者的消费特征主要包括消费兴趣、消费习惯、气质等方面。消费者的心理过程是消费者心理特征的动态化表现，包括产生需要、形成动机、搜集商品信息、作好购买准备、选择商品、使用商品、对商品信用的评价与反馈。例如，对于一个喜欢抽烟的人来说，香烟具有很强的吸引力，他会对香烟产生兴趣和需要，并形成购买动机。继而就是寻找有关商店和香烟的信息，确定购买哪个牌子的香烟，并且在使用过后对香烟也会有一个消费评价，如果感到满意下次还会购买同类产品，从而形成一定的购买习惯和对某一品牌的忠诚度。

乔治·伯恩斯曾讲过一位企业主的趣事，此人说，他每卖一样东西都亏不少钱，全靠量走得大赚回来。当然了，真靠这种做法，什么企业都维持不长久。所以，饮料免费续杯的常见做法就成了餐馆促进消费者消费的一种营销方式。



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

大多数企业都想发展、都想维持经营，企业用不着对每一件货品索取高于其成本的费用。相反，它只需要使总收入等于或超过所卖货品的总成本即可。所以，餐厅要是主菜、甜点和其他物品已经包含了足够的利润率，当然可以提供免费续杯服务。

但为什么餐厅会想要提供免费续杯服务呢？从餐厅的角度来看，这种做法能为餐厅带来更多的顾客，能增加餐厅的营业额。随着就餐顾客人数的增加，为顾客提供服务的平均成本会下降。这也就是说，餐厅提供膳食的平均成本，比一顿膳食的边际成本要高。由于餐厅为每顿膳食索取的费用，必须要高于该顿膳食的边际成本，那么，只要能吸引到额外的主顾，餐厅的利润就可增加。

现在，让我们推想一下最初的情况：所有的餐厅都不提供免费续杯服务。假设此时有一家餐厅开始这么做，情况会怎么样呢？在该餐厅享受到了免费续杯服务的就餐者，会觉得作了一笔划算交易，就会向周围的朋友介绍。随着口碑流传开来，会迎来更多顾客的光顾。虽然续杯服务会增加一定成本，但这部分成本相当低。而消费者在得到免费的饮料续杯后，也满足了他的消费心理。

要使这一做法获得成功，餐厅在多卖出的膳食上所获取的利润，必须超过免费续杯的成本。而由于餐厅在多卖出的膳食上的利润率极可能超过它为免费续杯所承担的成本，餐厅的整体利润就会出现增长。

有了免费续杯服务，消费者在就餐过程中，获得了比从前更多的净利，因为他们现在一文不花，就获得了从前要几元才能买到的续杯服务。消费者在就餐过程中得利更多的实际利益，他们就愿意再来消费，从而对这家餐厅产生消费兴趣，如果有更多的人对这家餐厅产生消费兴趣的话，那么它的顾客就会不断增加，餐厅就会在经营中不断的赢利，它也就会为顾客提供更好的服务。这样最终形成食客和餐厅双方都得到实际利益的良性循环。这就是餐厅为赢取消费者心理的精密的经营模式。

另外，消费心理的形成，还会受到消费环境、购物场所、导购情况等多方面因素的影响。例如一个轻松舒适的消费环境和热情体贴的导购小姐会在很大程度上改变一个消费者的购物心情。

十一黄金周时，李先生陪朋友王先生上了一次天安门城楼。他上次登上天安门城楼是上世纪80年代末的事了，10多年过后，城楼较以前没什么大的变化，只是多了一处出售“天安门城楼游览证书”的柜台，出于某种好奇心，他特别留意了这个“新事物”。只见柜台上摆放着几台计算机，还有专用的打印机和相关设备，证书是早已准备好的（只要再打印上游客的名字和日期即可），做得特别精美，分了好几页，其中印有天安门的图片以及简介，证书封面是暗红色，正中有一行金色的大字“天安门城楼游览证书”，证书外面还有个白色外套，整体看起来就像是现在的大学录取通知书。证书内文正中文字是“（打印游客姓名）同志，登上天安门城楼游览，特此证明。×年×月×日”。游人若想购买证书，只要交10元钱并登记了自己的姓名，工作人员两分钟内就能把证书办好。朋友王先生来自偏远地方，难得有机会到北京，他憨厚地说道：“以前总是在电视上看到国家领导人在天安门城楼上特别威风，现在我来了，也有一种君临天下的感觉。一定要办个证书留做纪念，好让别人知道我上过天安门城楼，回去也好向他们炫耀炫耀。”于是，他便掏了10元钱，办了张天安门城楼游览证书。

很多时候，我们买一样东西，看中的并不完全是它的使用价值，而是希望通过这样东西显示自己的财富、地位或者其他，所以，有些东西往往是越贵越有人追捧，比如一辆高档轿车、一部昂贵的手机、一栋超大的房子、一场高尔夫球、一顿天价年夜饭……

购买心理取决于消费者的物质与精神需要、文化修养、社会地位等因素。但消费者作为社会的人，其嗜好与社会消费习俗密切相关。消费习俗作为社会习俗的一部分取决于一个社会的文化历史传统与经济发展水平。

经济学指导你的生活：

人们在进行消费活动之前往往表现出了自己的消费的动机与欲望，而这种消费心理决定着人们的消费行为。理性的消费心理决定着人们进行理性的消费，而盲目的消费心理则驱使人们进行不理智的消费。因此，这就要求人们树立起正确的消费观，培养健康的消费心理。

可怕的“跟着感觉走”——冲动型消费

很多的人在购物的时候，往往不会考虑商品具体使用价值和性能情况，一味地凭着自己的感觉或者一时的冲动去购买一些无所谓的商品。其实，这就是冲动型消费。它特指在某种急切的购买心理支配下，消费者仅凭直观感觉与情绪购买商品的行为。

在个人消费定势的心理构成中，人的情感因素往往要超出人们的认知与意志因素的制约。也因此，人们在接受商品时，特别容易受到创新时尚商品的外观和商品广告宣传的情绪刺激，于是，消费者对所能接触的头一件合适的商品，立即产生心理学上所说的首因效应，不愿再作反复的选择与比较，就迅速地作出购买决定，同时付诸实施。也就是说，冲动型消费者的购买行为是商品广告、宣传付诸情绪的强烈冲击，唤起心理活动的定向与敏捷。

专业人士指出，一般来讲，消费人群分为两类，一类为理智型，而一类为冲动型。需要指出的是，在不同的人群中，两类的比例是不一样的。不过整体上来讲，冲动型比例明显高于理智型。据资料统计，年轻男性的冲动型比例为50%左右。而相比之下，中老年的消费趋向理智，但仍然有高达40%左右的人属于冲动消费。

商家为了激起消费者的购买欲望，往往通过整体环境的布置等手段，给顾客造成一种心理错觉，从而形成冲动消费的氛围。可以这么说，培养消费者的消费冲动，是现在众多商家努力的方向。

曾经有一位美国印第安纳大学的博士提出，适度明亮的光线可以激发人们的行为为冲动，调动人们行为的潜意识。也因此，为了激起人们冲动的购买欲，商家从不吝惜照明的费用。一般来讲，灯光与音乐是商场里惯用的方法。明快的灯光可以增



加消费者的购物热情，提高精神的兴奋度，增强了消费者的购买冲动。

或许很多的消费者会经常发现，在商场最重要的返券打折时段，播放的都是节奏感非常强的音乐，而在周一到周五的上午，一般播放比较舒缓的音乐，因为这个时间段的客流量比较少。同时商家还会采取一定的手段，比如在货筐里，任由消费者自己去翻拣，反倒被围得里三层外三层，其实这里面的价格并不比挂在衣架上的便宜。这就是一种典型的气氛营造。消费者的随众心理被商家利用得淋漓尽致。

此外，商家也会通过商品组合吊起消费者的购买欲望。很多情况下，一个单件装饰品卖不出去，但商家把若干个装饰品连同家具摆放在一起，其实这就是要营造出一种气氛，让消费者产生购买的冲动。可见，商品代表了一种生活方式，对消费者的诱惑力更大。在这种独特的环境和时间段内，消费者在热烈气氛的推动下，就会忽视掉商品本身的价值，而为了追求商品所包含的生活方式，而不惜重金作出冲动购买的决定，这就是冲动型消费。

冲动型消费的类型一般分为纯冲动型、刺激冲动型、计划冲动型三种。

1. 纯冲动型。这是指顾客事先完全无购买愿望，没有经过正常的消费决策过程，临时决定购买。人们购买时完全背离对商品和商标的正常选择，是一种突发性的行为，出于心理反应或情感冲动而“心血来潮”或“一时兴起”，或是“求变化”、“图新奇”。

2. 刺激冲动型。顾客在购物现场见到某种产品或某些营业推广、广告宣传，提示或激起顾客尚未满足的消费需求，从而引起消费欲望决定购买，其实这是购物现场刺激的结果。

3. 计划冲动型。顾客具有某种购买需求，但没有确定购买时间和地点。比如得知某超市要让利销售，专门到该超市购物，但没有具体的购物清单，也因而买“便宜货”是有计划的，买何种“便宜货”则是冲动的。

在快速消费品领域，消费冲动表现得比较明显。而房子属于耐用消费品，购房者经过了相当长时间的信息收集，心理上比较“倦怠”，而且形成了“信息过载”，他们本质上是不愿意作出决策的。这对购房者来说太复杂了，最后可能就



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

是售楼人员的一句话，使购房者最终下了决心。

事实上，具有冲动消费的不仅仅是男性，其实我们每个人都有冲动消费的倾向。冲动消费涵盖了各类人群，需要指出的是，众多新婚夫妇最易冲动购物。因为这一部分消费者往往更没有消费计划，消费冲动行为较多。在消费者最容易冲动购物的商品类别上，男女是有区别的，男性一般青睐新发明、高技术的产品，而女性在服装鞋帽上很难克制自己的消费欲望。



经济学指导你的生活：

消费者在某种急切的购买心理支配下，仅凭直观感觉与情绪购买商品的行为在经济生活中经常被商家利用。其实，这是消费生活中的不理性造成的。作为消费者在你购买商品之前你应该先问自己，你所要买的商品是否具有使用价值，不使用的商品多花一毛钱其实也是浪费。

人多的地方未必有好东西——羊群效应

一位社会学家曾经说过这样的话，人是一种群居性的动物，也因此人们在生活中总会有意无意地表现出随波逐流的形态出来。其实，这句话来形容经济生活中人们的消费行为是再合适不过了。现实中，很多男人的消费行为总是容易受到别人消费行为的影响。其实这也就是经济学上的“羊群效应”。

羊群是一种很散乱的组织，平时在一起也是盲目地左冲右撞，不过一旦有一只头羊动起来，其他的羊也会不假思索地随之一哄而上，全然不顾前面他们可能有狼或者不远处有更好的草。因此现实中“羊群效应”被人们比喻成人都有一种从众心理，也被称为“从众效应”。从众心理很容易导致盲从，而盲从往往会陷入骗局或遭到失败。

“羊群效应”最初是心理学家对人类行为研究所作的总结，不过，现在已广泛地被经济学家用于研究人的经济行为，尤其是人类的消费行为。“羊群效应”常用来描述经济个体的从众跟风心理。比如，购物时喜欢到人多的商店；选择旅游点时，偏向热点城市和热点线路；选择品牌时，偏向那些市场占有率高的品牌。“羊群效应”往往是双向的，其实，这就是所谓“坏”榜样和“好”榜样所起的影响。不过，从动态上看，“羊群效应”最终会使少数成为主流。

在日常的消费中，“羊群效应”也表现得尤为明显。现实中很多人，特别是很多未婚男人喜欢与朋友一起结伴购物，因为朋友之间的眼光更接近，购物更加有乐趣。不过，在选择购物的伙伴时，最好挑一些与自己的消费能力同层次的朋友，而反之，与消费能力高于自己或低于自己的伙伴一起购物，都会受到“羊群效应”的影响，使自己情不自禁地做出不符合自己消费习惯的非理性行为。



李明与另外一个部门的同事洋文在一次出差结伴而行。洋文是一位性格活泼开朗的男孩，结识洋文，也让李明觉得这次枯燥的出差有了新的乐趣。出差的间隙，李明和洋文少不了安排在空闲的时间到当地的商场去“血拼”，洋文的出手大方也给了李明不小的触动。

“平时一般购物，我都喜欢挑选一些中等价位的产品，普通的衣服一般在几百元，很少有四位数的；购买生活用品，也是挑一些自己可以承受的二线品牌，又实惠质量也不差。”可是与自己收入相当的洋文相比，李明不由得自惭形秽起来，觉得自己简直太“小儿科”了。“洋文出手很阔绰，七八百元的皮腰带，上千元的衬衫，四五千元的皮包，他买起来似乎眼睛都不眨，还连呼当地的商场比上海便宜，动员我一起血拼。”可是在李明看来，这些打折后的商品尽管比上海的便宜一些，也远远超过了自己的消费能力。

“可是毕竟是刚刚认识的新同事，而且我和洋文的收入差不多，我要是太寒酸不是被别人笑话？”出于爱面子的心理，李明也放开胆子花掉自己近一个月的收入，购买了一只名牌皮包。

“从商场回来，我就后悔了。”和洋文快乐的单身生活不一样，李明去年新婚，每个月还要和老婆一起偿还一笔不小的按揭贷款，可是买一个手提包就花掉了自己一个月的薪水，想想下个月去偿还信用卡的情景，李明就开始有点担忧。其实偶尔购买了一件“奢侈品”也算不了什么大事，对李明来说更重要的是，自己的消费心态受到了不小的影响。

可见，在消费的过程中，伙伴的示范作用也会对人们的消费行为产生不小的刺激。李明与洋文的收入虽然差不多，但是个人的实际情况并不相同，比如作为单身的洋文可以过上无忧消费的“月光族”生活，不过，已经建立家庭的李明却要应对房贷和生活中的柴米油盐。因此尽管他们名义上收入相当，不过，两个人可以供支配的收入却是大不一样的，这也就决定了他们消费能力的不同，然而这种示范效应的存在却使一些消费行为相互影响。

“羊群效应”告诉我们，很多时候，并不是谚语说的“群众的眼睛是雪亮



的”。在市场中的普通大众，因为种种的原因往往容易丧失基本判断力。我们也经常见到有些人，一见别人排队买东西，就以为是有“便宜”可占，不管三七二十一，就加入进去。而一见别人都夸这东西好，也赶快掏腰包，生怕错过机会。这些现象都是我们生活中司空见惯的消费行为。因为存在示范效用，也经常出现一些“托儿”的现象，这些都是商家玩的把戏，最终的目的也无非是吸引观众来购买商品。

曾经有一段时间，很多中老年人就陷入了保健食品广告的“羊群效应”中。保健食品厂商夸大、渲染某种健康状况或者疾病，使消费者对自身健康产生恐惧、担忧，再渲染保健食品神奇的药用功效，从而激发消费者的购买欲。结果，那些病笃乱投医的老年消费者对虚假宣传深信不疑，而只要一个人去购买则往往造成更多人盲目跟风购买，像滚雪球一样，越滚越大。这就是典型的消费示范效应。

有位著名作家曾总结出“西方人崇尚个性，东方人追求共性”，其实这倒道出了人们的心理定式。在现实的生活中，我们会经常见到这样的情况，当人们一说什么东西流行，于是满大街全是。于是，就出现了流行“文化衫”，满大街背着“文化”跑；流行“松糕厚底鞋”，不分高矮胖瘦，脚下统统蹬着大厚底；流行西服，连农民下地干活也穿西服。

从社会行为上来讲，人是一种群居性的动物，具有好热闹的天性。对于普通人来说，好面子、爱攀比、趋同是社会交往中不可避免的“小毛小病”，其实这从个人的心理层面讲，也是一个很难简单地克服的问题，因此要想避免非理性消费的产生，最有效的方法就是与“羊群效应”绝缘。在外出消费的时候，尽量选择与自己的消费能力相当的伙伴和朋友共同购物，而避免与比自己消费能力高的人一起搭伴而行，这样可以消除非理性购物对自己的经济带来的影响，不管怎么说保持自己的消费理性是最重要的。



经济学指导你的生活：

消费的“羊群效应”其实也是一种消费心理，这种消费心理往往是受到社会消费形态的影响而形成的。因此，为了规避消费的“羊群效应”，消费者要形成自己正确的消费观。用理性引导自己的消费，杜绝趋之若鹜，盲目跟随。



为什么人们买涨不买跌——消费的逐利心理

消费时，有一种这样的奇怪现象，那就是人们在买东西的时候，买涨不买跌。特别是在近几年的生活中，这样的消费怪圈更是屡见不鲜。这种现象在近期高涨的黄金市场和小商品市场中最为显眼。因此，很多人提出了自己心里的疑惑，为什么某种商品越是涨价，但是买的人却不减反增，甚至有时却形成了抢购的局面？

一个心理学家曾经作过这样的心理测试，题目是：假如在你的身上发生这样的两种情况，一种是你不小心丢失了1万块钱，但又捡到了别人丢失的5000块；而另一种是你丢失了5000块。问：前后两种情况，哪一种情况发生时，你的心情最为糟糕？

然而实证表明，大多数人的选择是后者，并未意识到无论哪一种情况自己的实际损失都是5 000块。事实上如果足够理性的话，心情应该一样糟糕。

其实，这个心理测试只是为了证明，人们在作出某种决策时，往往并非像传统经济学假设的那样，全面理性地分析问题和进行权衡，而是更为依赖情感的支配。因为人类具有与生俱来的弱点，许多应对的判断也是不符合建立在理性基础上的结论的。这种现象在我们的现实经济生活中经常见到。

在生活中常会有这样的现象：价格上涨即便达到疯狂的程度，投资者照样趋之若鹜，奋不顾身地投入，根本不理睬价格已远远超出商品本身的价值；反之，当价格一跌再跌，商品的价值早已突显，但依然无人问津。其实，这种现象在非典时期，表现得最明显。

由于广东发现非典型性肺炎病例，当地民众抢购板蓝根并导致其一时断货，不少商贩大举来广西购药；现代通信手段也让信息迅速传到全国各地，这也引起了不



少地方的抢购狂潮。各地的不少药店出现板蓝根脱销，板蓝根价格更是一路狂飙，10克×10袋每包（下同）的价格从2.5元一路升到20元、30元乃至50元。

各地均出现板蓝根缺货现象，有货的药店排起了长队，有的药店将板蓝根卖到了50元、70元。为了抑制这种行为，各地物价局发出紧急通知：板蓝根属政府定价药品，不准随意涨价；广西疾病预防控制中心通过媒体辟谣说，广西目前并未流行非典型性肺炎。医学专家也出来忠告市民：不要盲目抢购药品。

不过，这样并不能改变市民们购买的热情，药价越是涨得厉害，人们购买的心理也更加迫切，非典时期，在全国各地的大药店都出现了排长龙买药的现象。尽管医学专家一再出来声明还无法证明这些药品是否具有治疗效果，很多的百姓还是抱着“今天不买，明天就涨得更加厉害，或者明天就卖完了”的心理加入到了抢购潮。越买越涨价的不仅仅是板蓝根，不少地方的口罩也出现了这样的暴购暴涨的情况。

其实，在市场经济中，低价买入，似乎才是市场的正常反应。但消费者往往陷入上述“买涨不买落”的怪圈，如果某种商品涨价幅度大且持续一段时间，消费者往往有踊跃购买的市场表现，担心价格会更加走高。当价格不断回落时，消费者常抱观望的态度，看市场价格走势后再作决定是否购买。

行为经济学研究发现，人们对损失和获得的敏感程度是不同的，损失时的痛苦感要大大超过获得时的快乐感。因此人们在面临获得时往往是小心翼翼，不愿冒风险；而在面对失去时会很不甘心，容易冒险。而这正是人们消费时“买涨不买跌”的原因。

从经济学的角度上来讲，人们之所以“买涨不买跌”，还因为价格上升的过程中只有一点是买错了的，即价格上升到顶点的时候，价格像从地板上升到天花板，无法再升。除了这一点，其他任意一点买入都是对的。在价格下跌时买入，只有一点是买对的，即价格已经落到最低点，就像落到地板上，无法再低。

除此之外，其他点买入都是错的。由于在价格上升时买入，只有一点是买错的，但在价格下降时买入却只有一点是买对的，因此，人们认为，在价格上升时买入赢利的机会比在价格下跌时大得多。

不管怎么讲，这是一种日常生活中常见到的消费心理。因为这种特殊心理的存



在，所以人们日常消费时，常常抱着商品越是涨价，越值得去买的心态。越是跌就避而远之，不仅不去买，反而恨不得把手上的这类的东西转手卖出去。也因为存在这种心理，很多人在买东西的时候往往会出现“买贵，不买对”的现象。

在人们日常的消费中，总会有这样的人，不管看到什么东西一涨价了，就会拼命地去抢购。在抢购之前，很多人甚至不会考虑是不是值得去买，买的东西在自己的生活中是否真的具有实用价值。这也就是现实消费生活中，“人们买涨不买跌，买贵不买对”的特殊消费心理。

其实，“买涨不买跌”是一个非常常见的经济行为，不管在国内还是国外，都是如此。早在20世纪80年代，我国的家电企业面临了黄金时代，人们疯狂地追逐不断涨价的家电产品，大家对电视机、洗衣机等家电产品都几乎不分品牌、规格地抢购。当时许多商品一到商场就被买完。当时电视机要凭票供应，一张票的价值也涨到了1 000元，而如今买当时那种屏幕大小的电视机也不到1000元。当家电产品降价后，人们却变得谨慎起来，这中间虽然有供求关系的变化，但是“买涨不买跌”的心理因素是明显的。

面对现实生活中人们买涨不买跌的消费心理，消费心理学家认为，这是人的心理感情在大多数时间里代替理智主导人的消费行为，而从众和恐惧是产生买涨不买跌现象的根本原因。

既然人的消费行为是由心理因素主导的，那么作为经济生活中的个体就应该要学会懂得消费中的心理学，在经济生活中做一个理性的消费者，克服消费过程中的心理障碍，选择适合自身心理承受力的消费模式，这也是心理经济学倡导的理念。

经济学指导你的生活：

买涨不买跌是人们作为一个理性经济人的体现，这是人们追逐经济利益的心理所致。不过，买涨不买跌也存在着一定的盲目性，人们在追涨中往往会失去自己消费理性，盲目地赶涨，反而会使自己的经济利益受到损失。这也是人们在消费投资中所要注意的。



你知道商品的出厂价是多少吗——信息不对称

常言道：买的没有卖的精。确实，市场经济中买卖双方存在着不对等的关系，最明显的就是双方对于商品的真实信息的了解往往不平衡，卖方在市场信息中占有着绝对的优势。市场中所谓的命脉标价其实也是一个表面的信息，买方对于商品真实价位一直是一个谜，这也是很多人在买商品的时候最常见的现象。其实，这就是经济学上的买卖双方信息不对称。

一位大龄男青年多次在婚姻介绍所征婚都没有结果，不是这里不满意，就是那里不中意。时间长了，渐渐也就对征婚失去了信心。不料，婚姻介绍所又一次给他精心推荐了一位女士，称对方长得温柔贤惠、楚楚动人，男青年动了心思，向婚介所付了费用。然而在经过一段时间和女青年的相处后，男青年发现自己再次上当，因为对方有着女性里比较罕见的口吃病。愤怒之下，男青年去婚介所索要费用，但是对方却明确拒绝，理由很简单：我们最初提供的信息是真实的，她确实长得不错，我们并没有说谎。

我们可以从信息经济学的角度分析一下，男青年吃亏在什么地方。我们知道，在市场上，任何一方都应尽可能多地掌握信息。另外，如何传递信息也很重要。婚介提供女士的信息时，肯定了解该“商品”（女士）的详细信息，但是却在传递信息的过程中使男士处于不利地位，他并不了解她的某些不利的特性（如：口吃）。结果，在付费之后才惊觉上当。由此可见，买卖双方对商品的了解如果处于信息不对称的状态时，信息较充分的一方将更加有利；反之，信息不充分的一方就被动了。

在生活中，有些人常常会因虚假广告而上当受骗，蒙受损失，这便是由“信息



不对称”造成的。最常见的就是那些“神奇的”医药广告，厂家（卖方）的宣传多是专治某种疾病，甚至还制造出一些“医学权威”的幌子。每个患者都希望自己早日康复，但是他们却往往缺乏对相关的医药知识和医疗动态的了解，在信息不对称的情况下，就会容易轻信那些虚假广告。

“一个人掌握的信息达到何种程度，就会采取相应的选择。”这是信息经济学的一个基本原理。在双方信息不对称的情况下，总体而言，谁处于信息劣势，就会处于博弈劣势。因为虚假广告上当，从表面上看是因为受害者眼光不够准确，一时冲动花钱当了冤大头，但是以信息经济学的眼光看，则是由于受害者掌握的信息不够充分，只能根据仅有的信息作出选择。消费者总是希望自己买到质优价廉的商品，但是现实生活中常常会出现买回的东西没用多久就发现质量问题的情况，这就是因为他当初购买该商品时掌握的信息不够，不能发现真相。

以上所列举的是个体在接受外界信息时的情况。反过来，我们也会向外界传递自身的信息，求职就是其中一例。这时情况就反过来了，招聘方处于信息不对称的劣势。公司不可能在短期内对应聘者（也就是我们自己）的品质、能力、经验等有一个全面的了解。那么在这时，用人单位在进行“信息选择”时，一个非常重要的信息就是你提供的文凭。一般情况下，文凭信息是不容易造假的。尽管也会出现“高文凭低能力”的情况，但总体而言，企业对应聘者的信息掌握不完全时，借助文凭信息还是简单实用的。

信息不对称对于市场而言是不利的，因为它会限制市场的能力。一个常见的例子就是二手汽车市场。现在买二手汽车比较流行，在二手车市场上，买者和卖者之间对汽车质量信息的掌握是不对称的。卖者知道所售车的真实质量，而买者最多只能通过外观、介绍及简单的现场试验等，来获取有关车质量的信息。

但买者根本无法知道汽车的真实质量。因为车的真实质量只有通过长时间的使用才能看出，因此二手车市场上的买者在购买汽车之前，并不知道哪辆汽车是高质量的，哪辆汽车是低质量的，他只知道二手车市场上汽车的平均质量。所以，买者只愿意根据二手车的平均质量支付价格。但这样一来，质量高于平均水平的卖者就



会将他们的汽车撤出二手车市场，市场上只留下质量低的卖者。结果是，二手车市场上汽车的平均质量下降，买者愿意支付的价格进一步下降，更多的较高质量的二手车退出市场。在均衡的情况下，只有低质量的汽车成交，极端情况下甚至没有交易。在二手车市场上，高质量汽车被低质量汽车排挤到市场之外，市场上留下的只有低质量汽车。也就是说，高质量的汽车在竞争中失败，市场选择了低质量的汽车。这种选择就是在信息不对称的情况下产生的“逆向选择”。

要避免“信息不对称”和“逆向选择”现象的发生，首先需要掌握真实、可靠的信息。对于企业或者个人而言，在信息产生、传递的过程中，只有真实信息才能长期地发挥作用，虚假信息也许会赢得一时的利益，但不可能长久立足。其次需要逐步健全社会秩序和经济秩序，减少短期投机，建立长久合作。充分发挥制度和诚信的效力，必将有力消除信息不对称对市场的危害。



经济学指导你的生活：

由于买卖双方信息的不对称，消费者在购买商品的时候，往往使自己的经济利益受到不小的损失。也因此，消费者在进行商品交易的时候，为了使自己的利益最大化，那么就必须多掌握真实、可靠的信息。



做一个聪明的消费者——性价比

在买东西的时候，很多人喜欢货比三家，最后在确定同类商品中心中综合指数最高的那一家商店或者那一件商品进行购买。在市场经济的活动中，理性往往驱使人对某类商品进行合理对比、筛选。其实这就是经济学上的性价比。在购物中人们总是乐于挑选那些性价比比较高的商品。

从经济学上来讲，性价比是一个性能与价格之间的比例关系，全称是性能价格比。其具体公式：性价比=性能/价格。不过，通常不会在商品的同一性能基础上比较或比较的机会较少。

我们可以举一个例子来说：一个人选购MP3，A型号价格昂贵，性能优越，B型号性能略差，不过由于牌子比A型号更有名气，却和A型号在同等价位上。那么，这里所讲的A型号的MP3就比B型号的MP3的性价比高。不过，如果现在有C型号MP3，而它的价位比A、B两种型号的都低得多，只是性能略差一点，那么我们可以说C型号的性价比最高。也因此，我们花同样的价钱，买C型号的MP3是最划算的，虽然C型号在性能上比前两种略差，但是，如果按照标准理论“性能/价格”考究，C型号的每一块钱所购买的性能要比A、B型号每一块钱所购买的性能多出一些。从这个层面上来讲，也就是C型号的MP3的性价比最高。

因此，从上我们可以知道，性价比建立在对产品性能要求的基础上，也就是说，先满足性能要求，而后再谈价格是否合适，由于性价比是一个比例关系，也因此它存在其适用范围和特殊性，不能一概而论。在经济学上，性价比的具体变化的情况还分为：

性价比上升：性能上升、价格下降；性能下降幅度小、价格下降幅度大；性能



上升幅度大、价格上升幅度小；

性价比不变：性能和价格变化幅度一致；

性价比下降：性能上升幅度小、价格上升幅度大；性能下降、价格上升；性能下降幅度大、价格下降幅度小。

不过，在现实的购物过程中，商家总是喜欢强调某个产品与某某产品比较，比如价格如何超值、性价比超高，等等。其实面对着这样的情况的时候你就要小心了，这可能是商家为消费者设的陷阱。

还有，当产品价格变化时，不但要注意产品价格的变化，还要注意产品性能的变化（配件数量、整体质量等）。具体来说，在你购物的时候当你发现价格变化时，就必须搞清楚为什么会变化，变化的主要原因在哪里，是促销、工艺改进、清货还是其他什么的原因，不要让商家宣传的性价比迷惑了你。

举个例子：某一款电子产品，商家正在宣传其超值的性价比。只需1 500元，你就可以拥有价值超过1万多的各种数码产品的功能。其实，这可能由于没有其他优点可以引起消费者的购买欲了，也只能强调性价比了。如果你只看到其低价，没有看到它的低质量的话，那么你就会陷入商家的圈套。所以，在购买过程中，性价比不是最重要的，它只能作为一个辅助参考指标（排在其他具体的指标之后，如光圈的大小、CCD尺寸的大小等）。因为它的性价比是建立在低质量的基础上的。

可见对于性价比人们还是要保持一定的理性。不过，随着消费观念的成熟，一个新概念悄然兴起，它就是“全程性价比”。在现实的汽车消费群体中我们经常听到这个词，我们就以汽车消费为例，来看看该怎样注意全程性价比。

其实，“全程性价比”就是在购车与养车方面的综合考虑，也就是说，当人们在购车时不但要权衡一款车的性能与价格是否匹配，同时也要考虑一下买车时的价格与今后的成本是否划算。那么，现实中，我们又该如何评价一款车的“全程性价比”呢？有关专家认为，消费者如果仅从款式、价格、配置上得出“性价比”的结论，无疑是进入了误区，可以说这是一种片面的、不客观的想法。

汽车上的一些配置就像衣服，需要的话可以花钱买来装上，但汽车的“筋

骨”，比如引擎、车身、底盘、变速箱、悬挂等却是用户无法改变的。其实，这些正是每辆车的精华所在，也是各大汽车公司视为绝密的核心技术，这也是决定车辆性能的关键要素。然而这些关键的要素都比较隐性，消费者不易直观对比。通常来讲，对于汽车而言，安全性是最为重要的，所以，在汽车消费的前半段过程中，除了关注质量和价格外，更要留心那些容易被忽视的因素。

后半程消费具有隐蔽性和持续性的特点，对于厂家和经销商而言，后半程的消费将是其利润的重要来源，而对于一个成熟的汽车消费市场来说，整车利润与后市利润的比例一般可达2：8；也因此，对于消费者而言，后半程的消费积累起来也是一笔不小的数字。据相关资料的统计，在一辆汽车的使用寿命中，新车购买支出仅仅占全部使用费用的三分之一，而后期的汽油费、维修保养费用等才是开销的“大头”。汽车购买行为是一次性的，其后则是长达数年甚至十余年的使用周期。如果假设一辆汽车以20万公里寿命计，那么在这期间，至少需要进行很多次的正常维护保养，更换十余次正常磨损的易损件。

虽然使用成本是车价的两倍以上，然而，大多数消费者在购车前几乎不会首先询问车的配件价格以及保养维修工时费。在漫长的使用过程中，损坏修理与维护保养是用户无法规避的环节。也因此，售后服务和配件供应一定要作为重点考虑因素。也就是说，消费者在购买产品时，不仅要关注产品质量与产品价格，还要把购买之后的消费也考虑在内，要理性地对待商品的价格，更要理性地规划自己的消费，这才是成熟的消费之道。

总之，性价比应该建立在你对产品性能要求的基础上，也就是说，只要先满足性能要求，然后再谈价格是否合适才有意义。没有质量和性能的前提，再便宜的商品也不经济。

性价比是一个比例关系，它存在其适用范围和特殊性，不能一概而论。也因此，对于商品的性价比，要具体问题具体分析，对其合理的运用会让我们买到价廉物美的产品。



懂经济学的男人更成功

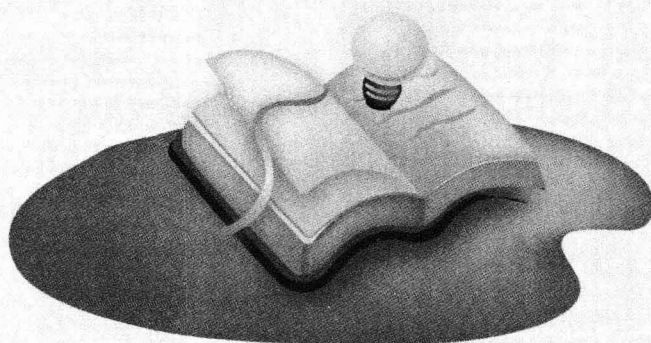
DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG



经济学指导你的生活：

性价比是消费者衡量商品的实用性和价格的一个重要标准。消费者在购买商品时要重视商品的性价比，才能最大限度地发挥资金的效用。不过，需要指出的是，消费者在衡量一种商品的性价比时，一定要以商品的质量为前提。

第1章 男人应关注的经济热点——我们都生活在经济世界里





到底是好事还是坏事——人民币升值

人民币的过快升值给人们经济生活带来很大的影响。专家表示，人民币升值会对股市、楼市、外汇理财产品等民众最主要的投资理财渠道带来重大冲击。

自2010年6月汇改重启以来，人民币对美元再次步入了快速升值通道之中。新一轮汇改于2010年6月18日启动，当时美元对人民币的中间价为6.8275，而在此后两个多月时间，美元对人民币一直在6.80左右徘徊。而当进入9月，人民币对美元开始快速升值，特别是2010年9月10日以来，到9月22日，人民币对美元连续9日（交易日）上涨。据银行显示，9月22日人民币对美元中间价报6.6997，这也预示着人民币对美元的升值已经进入“6.6”时代。人民币升值在近期也创下汇改以来新高纪录，也创下自1994年人民币交易推出以来的新高。不过，对于人民币的升值，有的人认为是好事情，而有的人认为是坏事情，不同的人有不同的看法。那么，到底人民币升值是好是坏呢？对于普通百姓来说有多大影响？该如何对待人民币升值？

人民币升值是指相对其他货币来说，人民币的购买力增强，主要表现在同样数量的人民币可以换取更多数量的外币。但是人民币升值是相对外国货币来说的，在国内市场无法显现，钱并没有变得更加值钱。

其实人民币升值早就被提起了，以前就有学者提出要进行汇率改革，让人民币升值，然而央行这些专家却一直到2005年7月才开启汇率改革。自从汇改以来，人民币兑美元节节攀升，就在这个过程中，中国的各个集团的利益都受到不同程度的影响，有些人受益，有些人的利益却遭到损害。这个人民币升值的背后到底有着怎样的利益格局呢？

有的人认为人民币升值了，钱值钱了，老百姓出国旅游、买原装进口汽车、瑞



士表更便宜了，大企业到国外吞并企业成本降低了……美国为什么下大力气逼迫人民币升值？难道美国人傻吗，让自己国家的钱不值钱？其实我们从日元相对美元的升值就能看到其中的道理。1985年美、英、法、联邦德国在纽约广场饭店举行会议，迫使日本签下了著名的《广场协议》，签字之前美元兑日元在1美元兑250日元上下波动，《广场协议》签订后，在不到3个月的时间里，快速下跌到200日元附近，跌幅20%。到1987年最低达到1美元兑120日元，在不到三年的时间里，美元兑日元贬值达50%，也就是说，日元兑美元升值一倍。日本人当时也以为自己一夜之间成为了富翁，但事实却是日本的经济所遭受的打击用了20年也没有缓过来。

人民币的升值对富人的好处确实是显而易见，如人民币对美元升值，以前8.5元人民币换一美元，现在不到7元就可换到，到国外去玩、去购置产业就更廉价了，显而易见富人手里的钱更值钱了。张老板就是对人民币升值津津乐道的人，因为这次他去美国旅游，花了更少的钱却享受了同样的服务，以前他住旅馆的费用是一万，现在8千就下来了。而且他还购买了大量的商品带回国内，张老板感慨美元贬值，人民币升值对他这样的人就是带来了诸多好处。

人民币升值就意味着人们手里的钱更值钱了。以前8元人民币才能兑换1美元，现在不到7元就可以兑换1美元，根据购买力平价理论，每一单位货币在不同的国家应该买到同样数量的商品。1元人民币在中国可以买一个苹果，在美国也照样可以买一个苹果。1美元在美国可以买8个苹果，在中国也照样可以买8个苹果。但现在人民币升值了，1美元只能兑换7元人民币，在中国可以买7个苹果，那么中国7元人民币就可以换1美元，在美国却可以买8个苹果。对于有钱的可以去国外旅游的人而言，人民币升值的确好处很多，他们可以用同样的人民币换取更多的美元。可以在国际上买更多的商品，但是我们中的大多数并没有出国的机会。

与张老板不同的是，刘老板的日子却因为人民币升值而变得异常艰难。刘老板是做进出口业务，有一个出口公司，每年采购商品向国外发货。由于人民币升值的影响，刘老板的订单不但减少了很多，而且美国客户多以美元结算，结算后换得的人民币就更少了，然后用换取的人民币去采购货物，发觉物价还上涨了，而美国



客户的价格没变，再换回人民币后发觉利润越来越微薄。

人民币升值对出口企业是最不利的，因为同样的商品要换取美元，再兑换回人民币，而美元却是相对贬值的，比如原来10万美元可以换取80万人民币，但现在10万美元只能换取70万人民币。同样的价格，由于人民币的升值，收入却凭空减少了10万人民币。与此同时，人民币的升值反而影响到国内商品的价格，刘老板也不明白，不但自己换回的钱少了，而且货物的采购成本也提高了，这是怎么回事？

一般老百姓只在新闻上听到人民币升值了，觉得钱应该更加值钱了呀，但自己在买商品的时候，发觉钱不但没有值钱，反而不如以前了。原来可以1元钱买一斤白菜，而现在却1元5角买一斤白菜，这样来看自己的钱反而更不值钱了。

这是因为人民币升值，会导致更多的人愿意持有人民币，一般老百姓感觉不到，似乎升那么一点儿值对自己没什么影响，但是持有大量资金的个人或金融机构对此却是十分敏感，哪怕只是升值那么一小点，他们的财富便可以因此增加或减少很多。比如一个人拥有80亿人民币，他原来可以兑换成10亿美元。但现在人民币升值后，他只用70亿人民币就可以兑换10亿美元，白赚了10亿人民币。由于人民币升值的趋势一直高涨，所以未来对人民币的预期更加乐观，认为还会继续升值，于是大量的外币机构开始储备人民币。人民币需求越大，人民币的价值就会越来越高。而这些个人或机构总不可能一直持有着一张一张的百元大钞吧，那就要去投资，要是拿去买房子，房价就要大涨，拿去买股票，股价就要大涨，所以在人民币升值最厉害的2007年，楼市股市都在那里飙涨。这样便会在我国造成通货膨胀，使物价上涨，所以人民币升值后对普通老百姓而言，并没得到太多好处，尤其对出口商打击很大，但像张老板这样的喜欢去国外旅游购物的人却比较欢迎人民币升值。所以人民币升值有利也有弊，是一把双刃剑，我们要谨慎而理性地看待。

不管怎么说，人民币大幅升值，既会对我国宏观经济产生深远影响，也会直接影响到广大民众的腰包。特别是一些喜欢投资的男人更应该时刻关注人民币的走向，及时调整自己的投资策略，才能更好地实现保值增值。



经济学指导你的生活：

人民币升值，不仅是一个经济问题，更是一个长期的经济问题。它伴随着中国经济的发展而出现，人民币升值受到国际和国内等各种因素的影响。不过需要指出的是，人民币如果过快地升值将给中国经济带来不良的影响。虽然国际购买力增加了，但也给中国的出口产业带来严重的冲击。



国家财富用什么样的尺子来衡量——GDP

在国家经济的发展过程中，国家统计局每年都会发布中国每一年的经济的发展指标，在经济生活中，我们最常听到的也就是GDP。说到GDP或许很多男人就会发问，什么是GDP？GDP是一个什么样的数据？它与我们普通老百姓又有什么样的关系？

日本内阁公布的数据显示，日本2010年第二季度的GDP总值为1.28万亿美元，而中国的第二季度的GDP为1.33万亿美元，这也就意味着2010年中国的GDP规模已经超过了日本成为了世界第二大经济实体。那么，现实中我们又应该怎么解答GDP这个经济概念呢？

GDP是国内生产总值，是指在一定时期内（一个季度或一年），一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值。它不但可以反映一个国家的经济表现，更可以反映一国的国力与财富，常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标。

使用GDP是为了衡量一个国家或地区的经济产出，或者说是生产能力。因为这个社会其实就是由收入和支出构成，也是由投入和产出构成。任何经济行为都可以用这两者来计算。所以对于一个国家或地区而言，也应该存在一个投入和产出的问题。到底一个国家或地区的生产能力有多强，或者说得更简单点就是创造了多少社会财富，这个时候就需要一个统一的度量单位，以便国家与国家、地区与地区之间进行比较。而GDP就是这个统一的度量单位。也就是说，GDP是用来衡量国家或地区社会财富的尺子。

这里所指的社会总财富是没有民族和国籍之分的，就是说一国的领土范围之



内，无论肤色，不管国内企业还是外国企业，只要它是在这个时间所创造的都归入GDP内。例如，诺基亚在中国的分公司所获得的利润就要计入中国的GDP，而不能计入芬兰的GDP；联想在美国的公司所获得的利润就会计入美国的GDP，而不会计入中国的GDP。

GDP产生于第二次世界大战之后，逐渐被世界各国所采用。我国自1985年建立GDP核算制度，1992年之后逐步建立起一套新的国民经济核算体系，GDP成为核心指标。作为一个国家或地区一定时期内社会经济活动成果的集中体现，目前，这一指标已成为各级政府制订经济发展计划和战略目标的重要依据，并成为家喻户晓、世人关注的经济“晴雨表”。

一般来说，一个国家的GDP大幅增长，反映出该国经济发展蓬勃，国民收入增加，消费能力也随之增强，人民的生活水平提高。反过来说，如果一个国家的GDP出现负增长，显示该国经济处于衰退状态，消费能力降低，人民的生活水平降低。但有的时候，却会出现反常的情况，GDP高速增长，但人民生活水平却并未随之提高。

为什么会出现这样一种怪现象呢？这是因为GDP代表的是全社会终端商品的价格总和，而我们的生活水平取决于全社会终端商品使用价值的总和。这二者既相互关联，又相互背离。比如李先生家3年前每月吃10斤猪肉，每斤4.5元，共需45元。去年猪肉涨到了9元一斤，李先生家每月还吃10斤，需90元，这样在李先生家的生活水平并没有任何提高的情况下消耗的GDP增加了一倍。今年猪肉涨到了13元一斤，李先生家吃不起10斤了只能吃7斤，需花费91元，这样李先生家在生活水平下降30%的情况下消耗的GDP反而还略有增加。李先生的生活水平取决于他吃了多少肉，而GDP反映的是李先生买这些肉花了多少钱，二者既有相互关联的一面，又有相互背离的一面。有时李先生花的钱多说明他吃的肉多了，有时他花的钱多反而吃的肉少了。

可见，虽然GDP的积极效应是多方面的，但也有其局限性。具体来说，GDP的局限性表现在两个方面：



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

其一，GDP不能反映经济增长的准确情况。因为现行GDP统计对没有效益的经济活动也照算不误，比如有一年发大水了，水灾造成了很大的经济损失，造成了很多灾区的人民群众生产生活的困难。但是，GDP却增长上去了。这是为什么呢？因为救灾需要投进大量的人力、物力、财力，要花费大量的物资，所以GDP上去了，GDP增长了。从我们的日常生活来说，比方说早上开车上班，如果开车很顺利，就很快到了工作单位；如果出了车祸，人要送到医院去治病，车要送到车行去修理，那么这样GDP就上去了，GDP就增加了。本来出车祸是不好的事情，也不会产生效益，但是从GDP来讲却是增长了。这种GDP的增长，其财富积累的效率是非常低的。

其二，GDP也不能够反映经济增长的成本。比方说，有些地方，经济增长虽然比较快，但是，资源消耗非常厉害，造成了很大的环境污染，GDP上去了，但是成本很大，破坏了生态平衡。这是非常不划算的。

近年来，随着中国经济的快速发展，中国的GDP也快速增长，基本上保持了30年每年10%的增长速度，不能不让世界惊叹。1972年，中国的GDP只有272亿美元，甚至还不如小小的荷兰或瑞典。但是根据2008年的统计数据，美国的GDP为14.3万亿美元，日本4.84万亿美元，中国4.22万亿美元，德国3.82万亿美元。但是我们必须清醒地看到，即使我们的经济总量再大，如果被13亿的人口一平均，就很少了。2008年，中国人均GDP只排到世界第104名。

也因此，我们要正确地认识一个国家或地区的GDP，既不要忽视它的重要作用，也不要把它作为唯一的衡量指标。

经济学指导你的生活：

国内生产总值（GDP），不仅仅反映一个国家的经济状况，更能反映出一国的国力与财富。需要指出的是，追求高增长的GDP是一国经济发展的目标，不过这不是经济发展的唯一目标，发展GDP不能以牺牲环境以及资源的严重浪费为代价，这种“杀鸡取卵”式的GDP增长模式是不科学、不理性的。

中国经济的走向——外汇储备

对于很多的男人来说，近年最常听到的关于中国经济的一个词就是中国的外汇储备。随着中国经济的节节攀升和经济政策的不断调整，中国的外汇储备也不断地增加。这引起了世人极大的关注。那么，什么是外汇储备？外汇储备对中国的经济乃至百姓的生活有什么样的影响呢？

在经济生活中，外汇储备，又称为外汇存底，它是指一国政府所持有的国际储备资产中的外汇部分，即一国政府保有的以外币表示的债权。它是一个国家货币当局持有并可以随时兑换外国货币的资产。从狭义上来讲，外汇储备是一个国家经济实力的重要组成部分，是一国用于稳定汇率，平衡国际收支，偿还对外债务的外汇积累。而从广义上来讲，外汇储备则是指以外汇计价的资产，包括国外银行存款、现钞、国外有价证券等。

在国家的经济生活中，外汇储备对一个国家的经济有着巨大的意义。就其作用来讲外汇储备是一个国家国际清偿力的重要组成部分，同时对平衡国际收支、稳定汇率有重要的影响，它可以用来弥补在贸易中的逆差，用来购买先进的设备和技术以及国外的资产等，同时还能通过对汇市场的干预以保证本国货币币值的稳定，利于贸易的顺利进行等功能。不过，外汇储备的获得基本上都是靠出口本国货物或者别的国家的捐助得来的。

2006年2月底，我国国家外汇储备超过日本，跃居世界第一。到2006年年底，我国外汇储备首次突破1万亿美元。而据中国人民银行公布的数据显示，在2007年12月末，我国外汇储备余额为1.53万亿美元，同比增长43.32%。到了2008年6月，已经达到1.8万亿美元，继续稳居世界第一。



在亚洲金融危机时和最近几年，关于外汇储备的争论明显增多。从一个国家上来讲，庞大的外汇储备对维护我国涉外经济金融安全、增强外汇管理对经济发展的服务功能、推动出口稳定增长、促进国际收支平衡起到重要作用。但同时巨额的外汇储备，也让我们在机遇面前面临挑战。

作为一个国家经济安全的重要保障和国家经济实力的一个重要的指标。拥有庞大的外汇储备是一个国家经济强大的重要体现。对于像我国这样外汇储备量巨大的国家来说，外汇储备充足，有利于维护国家和企业的对外信誉，有利于应对突发事件，防范金融风险。然而这并不是说外汇储备越多越好，因为持有外汇储备是要付出代价的。

首先，外汇储备表现为持有一种以外币表示的金融债权，并非投入国内生产使用。这就产生了机会成本问题，就是如果货币当局不持有储备，就可以把这些储备资产用来进口商品和劳务，增加生产的实际资源，从而增加就业和国民收入，而持有储备则放弃了这种利益。因此，持有外汇储备，要考虑机会成本问题。

其次，外汇储备的增加要相应扩大货币供应量，如果外汇储备过大，就会增加通货膨胀的压力，增加货币政策的难度。此外，持有过多外汇储备，还可能因外币汇率贬值而遭受损失。因此，外汇储备应保持在适度水平上。高额的外汇储备具有缓冲作用，是有益的，但不能说它是绝对安全的，外汇储备也并非多多益善。近年来我国外汇储备规模的急剧扩大对经济发展产生了许多负面影响。我国每年要引进大约500亿美元的外商投资，为此国家要提供大量的税收优惠；同时，我国又持有大量美元的外汇储备闲置不用。这样，一方面是国家财政收入减少，另一方面老百姓省吃俭用借钱给外国人花，其潜在的机会成本不可忽视。一定规模的外汇储备流入代表着相应规模的实物资源的流出，如果我国外汇储备的超常增长持续下去，将损害我国经济增长的潜力。

可见，实现国际收支基本平衡，不是为平衡而平衡，而是加强和改进国家宏观调控，实现经济可持续发展的需要。如何利用外汇储备，实现这些钱的保值和增值是我国现阶段要面临的一个重要的经济课题之一。为此我国也制定了一系列

经济政策。

（1）运用外汇储备建立国家物资储备

可将国家外汇资产划分为流动性部分与投资性部分：前者保留在央行资产负债表中，作为“官方外汇储备”，供货币政策操作；后者作为“其他官方外汇资产”，由财政部或专设机构持有。随着汇率市场化的深入发展，未来可按照“藏汇于民”的思路，配合外汇管制放松的步调，鼓励企业和居民购买并持有外汇资产。央行持有的“官方外汇储备”，主要投资于发达国家的高流动性和高安全性的货币工具和政府债券。

（2）建立国家主权养老基金

目前我国养老基金体系面临人口老龄化加速、资金运用缺口大、基金投资回报率低、社会保障覆盖率低等问题。由于目前尚未建立全国性的统筹体系，以致我国政府无法利用一个省的储备资金来为其他省的缺口提供融资。资金问题在那些工业逐渐衰退和老龄工人越来越多的省份会变得更严峻。扩大养老金覆盖范围的要求必然对现行养老基金体系增加资金压力。而建立主权养老基金、实行专业化运作、参与全球投资，可以满足养老基金的增值需要，从而缓解未来养老金偿付的压力。

（3）建立外汇储备国家投资公司

参照国际先进经验，积极组建国家对外投资机构，提高外汇储备投资效率。在挪威，外汇由挪威央行组建的基金投资机构——挪威银行投资管理公司来进行投资。它的投资特点是组合式的，也就是说，资产分配极其分散，除了债券外，在全球的42个不同国家的金融市场进行的投资，涉及股票、债券、房地产等。这样可以把风险降低，达到保值的效果，平均收益率为9%。在新加坡，政府专门成立了投资公司进行长期的固定收益性投资，主要投资方向是购买欧美国家的国债。

（4）建立外汇平准基金

目前美国、英国、日本、加拿大等国都是通过财政部持有的外汇平准基金来稳定汇率的。与财政部持有不同的是，我国的基金可以在现有的国家外汇管理局储备司的基础上组建，国家授权央行管理，由外汇管理局具体操作经营。这样做的好处



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

是，按照路径依赖，顺应中国外汇储备管理的发展路径，制度变迁的成本小。

一定的外汇储备是一国进行经济调节、实现内外平衡的重要手段，而在高外汇储备的我国，合理地利用外汇储备不仅关系到国家经济的整体实力，更是关系到国民经济的稳定。

总之，在全球经济整体不景气的大背景下，高额的外汇储备显示了一个国家的经济实力，它可以为国家的整个金融体系的稳定和风险的化解提供一个强有力的保障。不过在，在全球热钱到处游击猎取的现在，过高的外汇储备反而给自己带来了更多的风险，这也使我们不得不关注。我们一定要保持经济的理性，透过数字的背后，去解读中国的外汇储备。



经济学指导你的生活：

我们在判断一个国家的经济发展情况时，往往会参照一国的GDP或者一个国家的外汇储备规模等。可见，外汇储备已经成为国际上衡量一个国家经济状况的一项重要指标。它是大国经济实力和国际影响力的体现。



真正属于自己的价值——GNP

一提到GDP可能很多人会很熟悉，不过一讲到GNP或许很多人会感到陌生。或许有些人会问，GDP与GNP仅仅相差一个字母，那它们之间具体有什么区别呢？其实，从宏观经济学上来讲，国民生产总值Gross National Product（简称GNP），它是指一个国家（地区）所有常住机构单位在一定时期内（年或季）收入初次分配的最终成果。

1929年，爆发了一次空前绝后的世界性经济危机，对世界经济的摧残程度如同投下了一颗原子弹。可是奇怪的是，当危机爆发之时，人们却浑然不知。当时的美国总统胡佛甚至认为经济形势正在转好。

我们没有理由嘲笑当时的人们无知，因为当时除了苏联统计机构有尚不完善的国民经济平衡表之外，有关国民经济的统计几乎是空白，所以人们当然不知道经济形势已经坏到什么地步。

这次危害巨大的经济危机终于引发了人们对国民经济状况的了解的渴望。于是，美国参议院财经委员会委托西蒙·库兹涅茨，建立一系列用来统计核算一国投入和产出的指标，由此发展出“国民收入账户”。这就是国民生产总值GNP的雏形。1933年，当1929—1932年的国民收入统计资料公开时，人们才发现这次经济危机竟是这么可怕。

GNP就是国民生产总值的简称，是指在一定时间里，不管一个国家的生产要素流入哪个国家，只要它们仍然为该国的个人或法人所有，那么用这些要素生产出来的最终产品或劳务价值就称为该国的国民生产总值。这里强调的是一国的国民，就是有着本国国籍的人，无论他身在何地，所创造的价值都计入本国的GNP。



国民生产总值反映了一个国家的经济水平。按可比价格计算的国民生产总值，可以计算不同时期、不同地区的经济发展速度（经济增长率）。

国民生产总值的计算方法有三种：

（1）生产法（或称部门法），是从各部门的总产值（收入）中减去中间产品和劳务消耗，得出增加值。各部门增加值的总和就是国民生产总值。

（2）支出法（或称最终产品法），即个人消费支出+政府消费支出+国内资产形成总额（包括固定资本形成和库存净增或净减）+出口与进口的差额。

（3）收入法（或称分配法），是将国民生产总值看做各种生产要素（资本、土地、劳动）所创造的增加值总额。因此，它要以工资、利息、租金、利润、资本消耗、间接税净额（即间接税减政府补贴）等形式，在各种生产要素中间进行分配。这样，将全国各部门（物质生产部门和非物质生产部门）的上述各个项目加以汇总，即可计算出国民生产总值。

GDP和GNP，无论是外国名还是中国名，都只差一字，所以很容易让一般人混淆。很多人在刚开始接触GDP的时候，都会误以为它就是GNP。为了让大家更容易区分它们，我们在这里举个例子。假如有一家人，妻子在家里种蔬菜，一年的产值是6 000元，丈夫在外地做小生意，一年的产值是13 000元。他们还有一间房屋出租给一个公司搞软件开发，一年的产值是10万元。房屋的租金是1万元。那么，这个家庭的GNP就是丈夫和妻子的生产总值，再加上房租，就应该是29 000元；这个家庭的GDP就是这个妻子和那个公司的生产总值以及房租，就是116 000元。

GDP和GNP的关系是： $GDP=GNP+(\text{外资生产总值}-\text{本国国民在国外的生产总值})$

在上例中，那个家庭的 $GDP=29\,000+(100\,000-13\,000)=116\,000$ 元。

从上面公式中，我们可以看到，假如一个国家，外资在这个国家内的生产总值和它在国外的生产总值相等，即括号内的值为0，那么这个国家的GDP就等于它的GNP。如果这两个值相差不大，那么这个国家的GDP也就约等于GNP。如果一个国家，外资在这个国家内的生产总值远远大于它在国外的生产总值，那么这个国家的



GDP就远远大于它的GNP。如果一个国家，外资在这个国家内的生产总值远远小于它在国外的生产总值，那么这个国家的GDP就远远小于它的GNP。

GDP和GNP，究竟哪个能比较真实地反映一国国民的生活水平呢？当然是GNP。GNP是本国国民生产的总产值，当然比GDP反映得要真实一些。外资在该国的产值再大，也不是该国的。外资在该国内，就像在一个人肚子里的用塑料膜严密封好的一块蛋糕，这块蛋糕虽然在这个人肚子里，但是不属于这个人。还拿上例来说，真正能反映那个家庭生活水平的数据，是29 000元，而不是116 000元，那个软件开发公司的产值再高，也和这个家庭无关。

总之，在现实的国家宏观经济生活中，GNP强调的是国民性，而GDP强调的则是地域性。也因此，从本质上来说，GNP才是真正属于自己的价值。可以这么说，一个国家的GNP与百姓的经济息息相关，GNP是反映百姓经济的一个重要的指标，细心的人总能从中发现国民经济的各种端倪。

经济学指导你的生活：

与国内生产总值（GDP）一样，国民生产总值（GNP）也是一个国家宏观经济的一个最重要的指标，它是考量国民经济发展状况的参照之一。国家在制定相应经济政策时，往往会以当前国民生产总值为依据。也因此，我们只要观察国民生产总值的情况，就能准确地预测出国家相应的经济政策。



物价是涨了还是跌了——物价水平

随着市场经济体制的建立和完善，很多的人突然发现CPI（消费者物价指数）这个曾经陌生的经济指标，已然和自己每天花出去的“银子”息息相关。CPI的涨跌，牵动着越来越多人的心。从经济学上来讲，消费者物价指数是为反映与居民生活有关的产品及劳务价格而统计出来的物价变动指标，通常用来观察通货膨胀水平。

据资料显示，2010年7月全国50个城市猪肉价格平均上涨5.6%，猪肉市场供给有所减少，肉价连续上涨提升板块走强。据了解，食品价格在我国CPI统计中占比三分之一左右，而猪肉、蔬菜等价格的上涨将直接推高2010年食品CPI的数值。

CPI随着其数值连续不断地升高，已经成为人们街头巷尾热议的话题，我们日常生活的方方面面越来越多地被它牵动着，人民币升值了，粮价涨了，肉价涨了，油价涨了，似乎一切都在上涨！人们明显地感到自己的财富在缩水。于是，在网上流传着这样一句经典名言：“你可以跑不赢刘翔，但必须跑赢CPI。”

的确如此，你可以不喜欢运动，但你的财富一辈子都在赛跑，这是一场长达几十年的“马拉松”，这场比赛进行得悄无声息，甚至不管你愿不愿意参加，而你的对手就是CPI。

在经济学上，CPI全称为Consumer Price Index，其中文意思是消费者物价指数。它所反映的是根据和居民生活有关的商品及劳动力价格所统计出来的一个指标。其作用是对通货膨胀水平的一个量化体现。通俗地说，现在我们喝的、吃的、用的一些物品，很多价格都在涨，那到底涨了多少呢？这就需要有一个统一的标尺来衡量，这个标尺就是CPI。



我国的CPI是按食品、衣着、烟酒及饮品、家庭设备用品及服务、医疗保健及个人用品、交通和通信、娱乐教育文化用品及服务、居住这八大类来计算的。这八大类的总和加起来是100。其中，食品所占比重最大，包括：肉禽及其制品、鲜菜、粮食、水产品、蛋、鲜果。

在每一类消费品中选出一个代表品，比如大多数人是吃米还是吃面，是穿皮鞋还是穿布鞋等。国家统计局选出一定数量的代表品，把这些代表品的物价按每一月、每一季、每一年折算成物价指数，定期向社会公布，就是我们所说的官方的CPI。

CPI作为一个固定的价格指数，不反映商品质量的改进或者下降，对于新产品也不加考虑，它所考量的只是和居民生活相关的一些商品及劳务价格。

当CPI升幅过大的时候，表明居民生活成本较之以前变高，如果你的收入没有增加，那么相对于社会环境来说你的收入实际是降低了。举一个简单的例子：假如说去年你得到100元没有花掉，而今年CPI上升了6%，那么你现在用这100元其实只能买到相当于去年94元就能买到的商品及劳务服务。

因此CPI的大幅上涨，即最通俗的说法“涨价”，是不受欢迎的。如果CPI升幅过大，则通货膨胀就会成为国民经济中的不稳定因素，央行即会有紧缩货币政策和财政政策的风险，继而导致经济前景不明朗。

CPI的变化会对股市产生一定的影响。CPI增幅过大，会导致通货膨胀，而央行为了抑制通胀，会采取加息等紧缩策略，继而导致股市流动资金的减少，而减小股票的买盘。根据供求关系，股票买盘小的情况下其价格就会下跌。反之，如果CPI降低，则股市走热，股票上涨。

CPI计算体系是1993年确立的，但一直以来，不为人们所重视。2007年初，中国人民银行设定了3%的CPI目标，这一底线，也被认为是央行加息的“警戒线”。在现实的经济生活中，通常来讲，当CPI的增幅大于3%时，就出现了通货膨胀；而当CPI的增幅大于5%时，那么经济意味着国家经济出现了严重的通货膨胀。

经济生活中，细心的人士会发现，从2007年以来，我国物价开始快速上涨，那



些不断涨价的产品总是与人们的生活息息相关，比如粮食、蔬菜、食用油、自来水、天然气等，为什么这些生活必需品会涨得这么快呢？

其实，蔬菜、粮食、食用油等生活必需品的价格上涨可以说是一种必然，因为我国耕地面积有限，土地资源为不可再生资源。在有限的土地上种植粮食要等上一一年半载才能收获，而打下的粮食还需要进一步加工才能上市，所以说靠耕种土地赚钱很慢，于是越来越多的土地变成了住宅或厂房，因为人们普遍认为工业是快速致富之路，这也是全球性的趋势。所以，在稀缺土地上种出来的粮食也就变得稀缺了，与人们生活相关的米、面、油等必需品也就不得不涨价了。我国的物价指数虽保持在7%左右的水平，但真正与人们日常生活密切相关的CPI指数实际上更高，只是总体数值被那些降价促销的耐用消费品摊平了。

物价水平的不断上涨，就意味着一国通货膨胀的来临。这也是让很多百姓都头痛的事情。因为通货膨胀不仅意味着你今天的钱贬值了，还会使你一生的积蓄都缩水了。物价上涨，票子发毛，究竟是谁为通货膨胀买单了？面对通货膨胀，我们究竟应该怎么办？

通货膨胀是一件非常严重的事情，作为普通百姓应该想明白这些事情。专家建议，当物价上涨、通货膨胀来临的时候，物价指数在上升时，与其持有人民币不如持有人民币资产。这是因为人民币的资产是物以稀为贵，可以抵抗通货膨胀，这也是非常时期的理财策略。现实的经济生活中，面对通货膨胀的时候要及时调整自己的理财方向，减少通货膨胀对自己的经济生活造成的影响。

经济学指导你的生活：

物价水平是一种经济社会中各种商品和劳务的价格的加权平均数，它是国民经济的一个重要的晴雨表。从当前市场的物价水平可以反映出一个国家经济的发展状况。也因此，它常常成为国家制定实行经济政策，特别是银行的货币政策调整的一个重要的依据。



人民币也要走出国门——人民币国际化

近年来，人们耳边最热的一个经济词语就是人民币的国际化，或许很多人一听到人民币的国际化，就会想到以后出国旅游的种种便利，人们不再为那些烦琐的货币兑换程序而感到烦恼，可以带着人民币走天下……那么，对于人民币的国际化你还知道些什么呢？其实，人民币国际化是一个长期的经济话题，在这里交杂着各种经济因素。

近期，某杂志的一篇文章对中国边境地区的贸易潮这样描述道：缅甸北部边城木姐市与云南瑞丽市隔江相望，从这里，陆路走缅甸经泰缅边境，水路走澜沧江接湄公河，是中国货物进入东南亚的两条大动脉。在木姐市，人民币畅通无阻，泰国、马来西亚、新加坡的商人熙来攘往。顺着湄公河往下走，泰国北部大港清莱，放眼望去皆是飘着五星红旗的中国货船，这里的商家很多都贴着“欢迎使用人民币”的标志。摊贩个个穿着有两个口袋的围裙，一个口袋放泰铢，一个口袋放人民币。

这些描述说明人民币已经走出了国门，逐渐地发展成了区域性的货币。如今，人民币在东南亚地区已经成了仅次于美元、日元、欧元的又一个“硬通货”。可以这么说，人民币在周边国家的流通是中国经济成长到新阶段的表现，这也进一步说明了人民币的国际化的进程。那么，什么是人民币的国际化，我们又应该怎样来解读人民币的国际化？

人民币国际化特指人民币能够跨越国界，在境外流通，成为国际上普遍认可的结算、计价及储备货币的过程。现实中讲的人民币国际化的含义包括三个方面：首先，是人民币现金在境外享有一定的流通度；其次，是国际贸易中以人民币结算的



交易要达到一定的比重。最后，是以人民币计价的金融产品成为国际各主要金融机构包括中央银行的投资工具，以人民币计价的金融市场规模不断扩大，也是最重要的；这是衡量货币包括人民币国际化的通用标准，其中最主要的是后面两点。

自2008年12月国务院常务会议决定，对广东和长江三角洲地区与港澳地区、广西和云南与东盟的货物贸易进行人民币结算试点起，人民币已经逐渐地走出了国门。近年来国家的种种措施引发了人们对人民币国际化的关注。虽然从经济学的角度分析，人民币跨境结算并不等于人民币已经国际化了，不过，这是人民币国际化的一个重要的步骤，人民币境外流通的扩大最终必然导致人民币的国际化，使其成为世界货币。

我们从国际经济的发展规律来看，通常来讲，任何一个国家的经济实力增强以后，该国货币就必然要走向国际化。具体来说，一国货币走向国际化首先是由该国的经济基本面决定的：经济开放度较高、在世界经济中占有重要地位的国家能够获得交易者对该国货币的需求；较大的经济规模和持续的增长趋势是建立交易者对该种货币的信心的经济基础。国际交易者对该种货币的需求和信心，这决定了该种货币必然在世界货币体系中发挥越来越重要的作用，并促使该货币最终成为国际性的货币。

就人民币境外流通的现状分析，在过去人民币仅在边境地区流通，而人民币的流通区域目前已经扩展到了部分发达国家的部分地区。从经济发展的角度上来讲，中国经济发展的过程就是人民币流通扩大的过程。一般来讲，经济发展的速度越快，货币流通的范围就越广、数量就越大。

随着中国经济的发展，人民币的国际化进程的步伐也不断加快。在中越、中缅、中俄、中朝、中老等边境地区，人民币的流通使用主要是伴随着边民互市贸易、边境贸易、民间贸易和边境旅游业的发展而得到发展的。人民币作为支付货币、结算货币已经在这些国家中大量使用，并能够同这些国家的货币自由兑换，从某种程度上来讲，人民币已经成为一种事实上的区域性货币。随着中国与地区经贸及周边国家往来的进一步扩大以及旅游业的不断发展，人民币的使用范围和流通区



域也越来越广。人民币区域化的范围也必将进一步扩大，区域性货币的地位日益巩固，进而推进人民币走向国际化进程。

而在新加坡、泰国、马来西亚、韩国等国家，人民币的流通使用则是伴随旅游业的兴起而得到发展的。中国每年都有大批旅游者到这些国家观光旅游，因而在这些国家可以用人民币购买商品的购物店越来越多，于是，用人民币兑换本国货币的兑换店和银行也开始出现。在韩国比较知名的购物酒店、商场、宾馆等每日都公布人民币与本地货币、本地货币与美元的比价。人民币同美元及本地货币一样，都可以用于结算和支付。

最后则是在中国的澳门和香港地区。由于内地和港澳地区存在着密切的经济联系，特别在近年来相互探亲 and 旅游的人数日益增多，也因此，人民币的兑换及使用相当普遍。在现阶段很多购物商场、宾馆，尤其是游人的购物点都报出人民币与港币的汇率并直接受理人民币。由于港币可以随时兑换成美元，而实际上人民币也可以随时通过港币这个中介兑换成美元。

从一个国家的经济发展来看，一个国家的经济发展对于一个国家货币的国际化进程有着巨大的推动作用，而货币的国际化则是一个国家经济实力的一个重要的表现。当前国家间经济竞争的最高表现形式就是货币竞争，而如果人民币对其他货币的替代性增强，这不仅将现实地改变储备货币的分配格局及其相关的铸币税利益，而且将对西方国家的地缘政治格局产生巨大的影响。不过，在当前的经济发展形势下，人民币国际化道路上仍然存在众多障碍。从整体上来讲，目前影响人民币国际化的主要因素包括，国内金融市场广度、深度和国际标准化程度不足；国际化过程中人民币对外价值可能发生巨大变动，妨碍经济政策自主性；人民币国际流通量增长不足等等。

中国宏观经济存在着众多的矛盾，还很不稳定，微观机制有待健全，金融体系较为脆弱，同时金融监管也比较薄弱，国际环境较为严峻。在现阶段，人民币资本项目可兑换前提条件的成熟，还有较长的路要走。

那么，针对当前的人民币国际化进程中的种种矛盾与问题，我们应该怎样推动



人民币的国际化进程呢？

首先，积极创造人民币国际化的经济、政治条件。这就要求中国经济必须持续稳定增长并在亚洲地区保持领先地位，继续保持人民币币值的相对稳定，这也是人民币国际化的基础。

其次，设立人民币自由兑换试验区。在推行人民币国际化的进程中，选择与对人民币认同感较高国家接壤的边境地区，如在云南、广西等边境地区实行人民币特殊管理政策，两地居民与非居民持有的人民币资金可通过银行途径兑换为可自由兑换货币或毗邻国家货币，这将为人民币的国际化进程提供一个前提条件。

再次，进一步放宽人民币出入境限制。在中国与老挝、越南、缅甸的边境毗邻地区，逐步取消人民币出入境的政策性限制，推行立法，使其在有法可依的条件下，推进人民币成为区域性国际储备资产和国际支付手段。

最后，国家对人民币境外流通采取鼓励和保护政策。特别是在对外经济往来中主动使用人民币。在条件成熟时，中国企事业单位，在对外贸易和其他经济往来中可主动使用人民币。

总之，人民币的国际化将是一个长期过程，这也将在这段时间内成为世界性的话题。



经济学指导你的生活：

人民币的国际化，是中国经济的国际影响力逐步扩大的一个重要的表现。这就意味着人民币的国际化是一个长期的、逐步的过程，它的实现要以中国的经济的高速发展为前提。当中国的经济影响力达到足以使自己的货币成为世界性货币的时候，那么人民币的国际化也就水到渠成了。

世界加工厂的转型——中国制造

近年来，“中国制造”成为很多人既爱又恨的一个词，“中国制造”因其价格低廉而深受很多人的喜爱，同时又常常因质量问题、盗版成风而深受人们的痛恨。不过，据相关的资料统计，2009年我国在世界工业生产总值中的份额达到15.6%，成为仅次于美国的制造业大国。从钢铁到服装，许多产品产量已占据全球总产量的半壁江山，几乎每小时就能向全球输出价值1亿美元的“中国制造”。

然而，数量如此巨大的“中国制造”却在国际高端市场上难觅踪迹。统计显示，美国市场上50美元以下的日用消费品中，约80%是“中国制造”，生产这些产品的大多数企业仍处于国际产业链中的最低端，只赚取着一点可怜的加工费，同时却将资源消耗和环境污染都留在了中国。中国制造成为饱受世人争议的话题。

中国制造英文名是“Made In China”，中国人将其通俗地称为国产。由于中国工业的发展，“中国制造”是全球范围内广受认识的标签。在各种商品上，不论是电子零件，还是衣物鞋帽，都能看见这个标签。

在美国的一本畅销书写的是这样的故事：

圣诞节过后，住在路易斯安那州的萨拉开始清理圣诞礼品。她忽然发现，在自己的家里，玩具、袜子、鞋子、DVD……几乎都贴着“中国制造”的标签。一瞬间她不禁异想天开：如果过一年没有“中国制造”的日子会怎么样？接下来，她和她的丈夫凯文，还有两个孩子一起开始了这次“冒险”。在没有“中国制造”的日子，全家人遇到了出乎意料的烦恼。为了给孩子买童鞋，萨拉跑遍居家附近的商场也一无所得，最后只能订购了一双价格不菲的意大利童鞋。在沃尔玛、塔吉特等大型连锁超市里，到处都是“中国制造”的鞋帽、玩具和工艺品。孩子们想要玩具，



却只能在琳琅满目的货柜前逛来逛去。孩子过生日时，萨拉为了买到生日蜡烛，甚至开车跑遍了全城……

这个故事生动形象地说明，“中国制造”的影响力已经无处不在。故事中萨拉的一家原本想要摆脱“中国制造”，结果却惹得麻烦缠身。确实“中国制造”已经成为世界经济发展的一个趋势。全世界每四台笔记本就有三台在中国生产，世界使用的钢铁有将近一半是在中国冶炼的，美国大型卖场里的服装基本上都贴着中国制造的标签，沃尔玛将其采购任务完全交给了位于深圳的全球采购中心。

毫无疑问，改革开放以来，中国经济的巨轮之所以能持续、高速地前进，与中国的对外贸易密不可分，“中国制造”成为中国发展的巨大引擎。“中国制造”遍布全球，这是经济全球化的结果。世界上的任何大国一般都会将大力发展和升级装备制造业作为国家战略来对待，因为这是实现工业化的必备条件，也是一国综合国力的重要标志。它不但能够促进就业，推动经济增长，还是科技进步的重要载体和国家安全的重要保障。然而我国的制造业问题颇多，总体表现是大而不强。

“中国制造”给人最大的印象是价格便宜。就目前来说，“中国制造”之所以能遍布世界，其主要原因在于价廉物美。“中国制造”的主体贸易有一半以上是加工贸易，其产品完全按照外国提供的要求和标准生产，产品的附加值很少。因此，即使有了这样辉煌的出口成绩，中国还不能称做真正的世界工厂，最多只能称做一个世界加工厂。

在我国的经济结构中，存在着很多小企业，这些企业生产效率并不高，生产成本却很高。然而中国制造之所以能够如此迅速地在国际上崛起，主要是因为中国的劳动力非常便宜，所以使得“中国制造”很具有价格优势，在国际市场上很有竞争力。在发达国家有可能被淘汰的落后产能看到了新的曙光，纷纷迁移到中国来。而具有高新技术的企业却对这些不感冒，由此造成了“中国制造”整体大而不强。

“中国制造”风光无限的外表下，也暴露出了一系列深刻的问题。第一是资源的浪费和对生态环境的破坏。现在的中国每日耗水量世界第一，污水排放量世界第一，能源消费和二氧化碳排放量世界第二。种种情况表明，“中国制造”必须走转



型之路，摆脱“世界加工厂”的帽子，开拓一条新型工业化之路。第二，“中国制造”需要重塑国际形象。美国《商业周刊》曾经发文指出“中国制造”存在的商业道德问题。“中国制造”最危险的东西是迅速蔓延的重利轻义的资本主义风气。2008年发生的“三鹿奶粉事件”，让世人对中国的食品安全感到担忧。

在我国的自主知识产权缺乏，核心专利技术较少。2008年，中国接受海外申请的专利50 000件，而中国企业到海外申请的专利却不到2 000件。如果没有自己的核心技术，那就只会让别人牵着鼻子走。目前在制造技术领域，我国的专利数只有美国或日本的1/30，而且现在绝大部分欧美企业都将利润的1/10用来研发，并在全球设立研发总部。相比之下，中国的企业却在研发上投入较少，很多小企业甚至都没有研发部门，普遍缺乏技术创新的意识和投入。

伴随着新《劳动法》的出台和人民币不断升值，目前中国制造业的成本已经不再“天下无敌”了。很多企业都迁移到越南、印度这些成本更低的国家去了。面对这样的危局，中国要想由“世界加工厂”转变为真正的“世界工厂”，还有很长的一段路要走。首先，生产企业必须要提升产品质量和核心竞争力，现在中国制造的太多都是些低附加值产品，而一些高附加值、高新技术产品均不能生产。

其次，还得丰富“中国制造”的内涵，提升其在人们心中的形象，生产者必须加强自身的道德修养，决不能以次充好，忽悠消费者。只有这样，才能让“中国制造”真正成为全球市场的新贵，才能使得中国成为一个全新的“世界工厂”。



经济学指导你的生活：

在经济发展的未来几年，将是中国产业的一个重要的变革时期，它关系到未来中国制造业乃至中国经济的发展。这也是“中国制造”向“中国创造”转变的一个关键时期，对于中国很多企业来讲，转型期是一个重要的挑战，而科技创新将是企业决胜的重要手段。



世界经济的新思路——低碳经济

近年来，很多人耳边经常听到这样的一个词，那就是“低碳经济”。或许一些人会对此有所不解，发出何谓低碳经济的疑问。

随着社会的发展，人们面临着越来越严峻的环境形势，以往“杀鸡取卵”破坏环境为GDP增长的发展模式，已经受到人们的否定。在当前经济发展与环境日益对立的形势下，人们对于经济发展的理解也更趋于理性。理性经济人的经济学观点催促了“低碳经济”的发展概念。也因此，“低碳经济”已经成为了人们街头巷尾最热门的经济话题。

随着环境的压力逐渐增大，以往以牺牲环境为代价的经济发展模式引起了人们深刻的思考。在经济的发展与环境的矛盾越来越尖锐的形势下，人们提出了低碳经济的发展新思维，这也为未来人类经济社会的发展指明了新的方向。

这里我们所讲的低碳经济是指在可持续发展理念指导下，通过技术创新、产业转型、制度创新、新能源开发等多种手段，尽可能地减少煤炭石油等高碳能源消耗，减少温室气体排放，达到经济的发展与环境保护双赢的一种经济发展形态。最早提出“低碳经济”的是英国，2003年英国能源白皮书《我们能源的未来：创建低碳经济》，其目标是到2050年建设低碳经济社会。而在哥本哈根会议后，低碳经济真正成为了人们热论的话题。

通常来讲，低碳经济是以低排放、低污染、低能耗为基础的经济模式，可以说它是人类社会继农业文明、工业文明之后的又一次重大进步。其实，低碳经济实质是追求绿色GDP、清洁能源开发、能源高效利用的问题，其核心是能源技术和产业结构、减排技术创新和制度创新以及人类生存发展观念的根本性转变。

纵观人类社会的经济发展历程，“低碳经济”是在全球气候变暖对人类生存和发展的严峻挑战的大背景下提出的。由于传统的工业排放的二氧化碳等温室气体，引起了全球气候变暖，在经济发展的现阶段，发达国家对于低碳的经济有着更加迫切的要求。因为，发达国家迈过了以使用高碳能源为主要动力的发展阶段。也可以换句话说，保持发达国家现有福利水平，可以不依赖高碳能源，特别是煤炭的消费和生产。近年来，特别是全球金融危机以来，美国和欧盟国家大多将新能源以及可再生能源作为扶持重点，相应的产业也成为快速增长的产业。

在低碳理念不断完善的今天，对于低碳经济国际上提出了以下四个基本的特征：

首先是经济性，这里面包含两层含义，一层是低碳经济应按照市场经济的机制和原则来发展，二层是低碳经济的发展不应导致人们的生活条件和福利水平明显下降。这也就是说，既反对奢侈或能源浪费型的消费，又必须使百姓的生活水平不断提高。

其次是技术性，经济发展科技为先，通过技术进步，在提高能源利用率的同时，也降低二氧化碳等温室气体的排放强度。前者要求在消耗同样能源的条件下人们享受到的能源服务（如家用电器消耗、照明等）不降低；而后者要求在排放同等温室气体的情况下人们的生活条件和福利水平不降低。

低碳经济的最后的特征就是目标性，从低碳经济的概念中我们就可以知道，发展低碳经济的目标应该是，将大气中温室气体的浓度保持在一个相对稳定的水平上，从而实现人与自然的和谐发展。

因此，在经济发展阶段，针对目前的国际国内的碳排放形势，调整经济结构不仅势在必行，而且刻不容缓。对中国来讲，发展低碳经济，顺乎世界潮流更合于中国国情，这也是全面贯彻落实科学发展观，实现可持续发展的必由之路。特别是在哥本哈根会议后，2010年8月，中国国家发改委确定在五省八市开展低碳产业建设试点工作，这也吹响了中国低碳经济之路的号角。不过，需要指出的是，从中国现阶段经济向低碳经济转型将是一个长期的过程，短期内我国发展低碳经济还面临许多



懂经济学的男人更成功

DONG JING JI XUE DE NAN REN GENG CHENG GONG

困难和挑战。

从能源消费结构看，煤炭消费所占比重过高。据相关资料统计，2007年在全球一次性能源消费构成中煤炭仅占27.8%，发达国家煤炭消费比例大多不到20%，而在我国能源消费中，煤炭所占比重高达69.5%。能源消费在短期内将延续加速增长的趋势，到2020年我国能源需求量将达到50亿吨标准煤以上。在我国煤炭消费比重大，CO₂排放强度较高，致使在经济发展过程中“高碳”特征非常明显，目前我国已成为世界第二大温室气体排放国。在未来一段时期，我国在解决环境污染和应对气候变化方面的形势非常严峻，任务也十分艰巨。

不过，低碳经济的确给社会经济的发展注入了一股新鲜的血液。可以说，低碳的商机无处不在，在我国低碳经济同样富有巨大的商机，这不仅与市场的导向性有关，也与政府的政策支持及引导有着巨大的关联。国家对低碳经济的重视，给低碳产业带来了新的商机。据悉，在新的经济发展形势下，节能环保、新能源产业必将是未来各国产业发展的主要方向和新的利润增长点。据摩根士丹利预测，中国潜在的节能市场规模达8 000亿元。可见，从简单的“低碳经济”这几个字中我们看到了无限的商机和滚滚而来的财富。

在低碳经济的引领下，在“碳足迹”、“低碳生活方式”、“低碳世界”等一系列新概念应运而生，在这低碳的大背景下，作为新时代的人要抓住机遇，走在时代的最前端。



经济学指导你的生活：

低碳经济，是未来经济发展的一个重要的趋势，也是社会发展的一个重要的话题。从发展的角度上来讲，低碳经济力求的是经济社会发展与生态环境保护双赢的一种经济发展形态。



面对日新月异的社会经济的变化，对于男人来说，经济学已经是一门必修课。

为了让读者能够更好地了解经济学，本书以案例与论述相结合的形式，对我们身边的经济学现象进行解说和阐述，完全剔除经济学中枯燥的数字和函数，通过有趣易懂的故事和现象来讲述其中的经济学原理，以浅显易懂的语言进行讲述，使读者在轻松愉快的阅读中掌握经济学常识。



上架建议：畅销书 经济学

ISBN 978-7-5484-1225-0



9 787548 412250 >

定价：29.80元